



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL DISEÑO Y
CONSTRUCCIÓN DE INTERIORES EN GYPSUM EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.

AUTORAS: NAVARRETE COLIMBA MÓNICA PATRICIA
PUETATE QUISTANCHALA IRENE LUCÍA

DIRECTOR: ING. VINICIO GUERRA

IBARRA, FEBRERO DEL 2014.

DECLARACIÓN

Nosotras, **NAVARRETE COLIMBA MÓNICA PATRICIA**, portadora de la cédula de ciudadanía **N°100260657-0** y **PUETATE QUISTANCHALA IRENE LUCÍA**, portadora de la cédula de ciudadanía **N° 040167929-5** declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INTERIORES EN GYPSUM EN LA CUIDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firmas:



C.I. N° 100260657-0



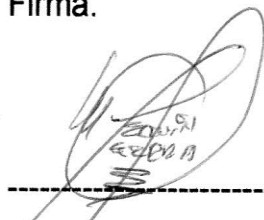
C.I. N° 040167929-5

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las egresadas, **NAVARRETE COLIMBA MÓNICA PATRICIA** y **PUETATE QUISTANCHALA IRENE LUCÍA**, para optar por el título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INTERIORES EN GYPSUM EN LA CUIDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el mencionado trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 2 días del mes de septiembre del 2013.

Firma.



ING. VINICIO GUERRA

C.I N° 1001518644

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, **NAVARRETE COLIMBA MÓNICA PATRICIA**, con cédula de ciudadanía **N°100260657-0** y **PUETATE QUISTANCHALA IRENE LUCÍA**, con cédula de ciudadanía **N°040167929-5**, manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (as) del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INTERIORES EN GYPSUM EN LA CUIDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hagamos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firmas.



Navarrete Colimba Mónica P.
C.I. 100336054-0



Puetate Quistanchala Irene L.
C.I. 040167929-5

En la ciudad de Ibarra, a los 2 días del mes de septiembre del 2013.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicios Dedicada al Diseño y Construcción de interiores en GYPSUM en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura**, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100260657-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Navarrete Colimba Mónica Patricia		
DIRECCIÓN:	Parroquia San Francisco, Barrio San Francisco, calle Salinas 6-44 y Oviedo		
E-MAIL:	monicanavarrete@ymail.com		
TELÉFONO FIJO:	2958834	MÓVIL:	0989516293

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040167929-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Puetate Quistanchala Irene Lucía		
DIRECCIÓN:	Parroquia Alpachaca, Barrio 16 de febrero calle Azogues 2 – 60 y Santa Isabel.		
E-MAIL:	irepuetate@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	-	MÓVIL:	0991842721

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios dedicada al diseño y construcción de interiores en GYPSUM en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura
AUTOR (AS):	Navarrete Colimba Mónica Patricia Puetate Quistanchala Irene Lucía
FECHA: AA/MM/DD	2013/09/02
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR / DIRECTOR:	ING. VINICIO GUERRA

2. AUTORIZACIÓN DE USOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, **NAVARRETE COLIMBA MÓNICA PATRICIA**, con cédula de ciudadanía **N° 100260657-0** y **PUETATE QUISTANCHALA IRENE LUCÍA**, con cédula de ciudadanía **N° 040167929-5**, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito

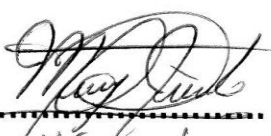
Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

Las autor (as) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autores de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 2 días del mes de septiembre del 2013.

LAS AUTORAS:

Firma: 
Nombre: Monica Navarrete
C.I.: 100260657-0

Firma: 
Nombre: Irene Puente
C.I.: 040167929-3

ACEPTACIÓN:

DEDICATORIA

Este libro es un regalo de la biblioteca de la Universidad de la Salle, Bogotá, D.C., en conmemoración del día de la Biblioteca Nacional de Colombia.

Firma:.....

Nombre:.....*Ing. Bethy Chóvez*.....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado _____ por _____ Resolución _____ de _____ Consejo
Universitario _____

DEDICATORIA

Este trabajo que con grande esfuerzo, sacrificio y sobre todo de mucha constancia he llegado a culminar, se la dedico primeramente a Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, por brindarme los medios necesarios para continuar mi formación; a mi madre Rosario Colimba quien me enseñó a luchar y triunfar en la vida animándome siempre con una sabia frase que dice: “Si caes es para levantarte, si te levantas es para seguir, si sigues es para llegar a donde quieres ir y si llegas es para saber que lo mejor está por venir” y así lo hice; a mis hijos Dhana y Aldair Machado que son mi motivación y fuerza para luchar y a mi hermana Diana Navarrete que gracias su apoyo moral y económico me ayudo a culminar este trabajo; a todos mil gracias y que mi Dios me los bendiga a todos ellos.

CON CARÍÑO MÓNICA

Dedico este trabajo a Dios a la memoria de mi padre, a mi madre y a mi hija. A Dios por haberme dado la fortaleza y motivación para vencer los obstáculos que se han presentado en este trayecto, a la memoria de mi padre porque supo inculcar en mí el sentimiento de amor y el valor de la vida, a mi madre por su amor incondicional y su apoyo en todo momento de mi vida y la confianza, que me ha demostrado en tener la firmeza en que soy capaz de cumplir con cualquier meta que me proponga, a mi hija por ser la gran motivación de amor y que por medio de una sonrisa me hace sentir que todo el esfuerzo y dedicación de superarme vale la pena.

CON CARÍÑO IRENE

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirnos alcanzar una meta más en la vida, por estar con nosotros en cada paso que damos e iluminar nuestras mentes, quien con su sapiencia ha permitido la realización de este proyecto.

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte quien nos abrió las puertas y nos dio la oportunidad de formarnos como profesionales, de la misma manera agradecemos a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a los Catedráticos y Autoridades de la Universidad, quienes día a día nos han brindado los conocimientos necesarios sin ningún tipo de egoísmo, para poder desenvolvernos en el transcurso de nuestra carrera profesional y lo más importante nos inculcaron ética, excelencia y el deseo de superación constante.

Al Ing. Vinicio Guerra, quien en calidad de asesor nos supo guiar para la culminación de este trabajo.

A todos nuestros amigos y amigas que de alguna manera estuvieron apoyándonos durante este largo y arduo trabajo.

Mónica Navarrete
Irene Puetate

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo está encaminado a determinar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al diseño y construcción de interiores en GYPSUM en la ciudad de Ibarra, para ello se busca reconocer sus ventajas y desventajas. Este estudio de factibilidad contiene siete capítulos; el primero constituye el Diagnóstico Situacional que con ayuda de la recopilación de información nos da la base para determinar el problema. El segundo capítulo indica toda la información científica del tema investigado, determinando en primera instancia los conceptos básicos, tanto empresariales, como administrativos-contables y de marketing, que se deben manejar en cada instancia dentro de una empresa. El tercer capítulo presenta el estudio de mercado en el cual se analizan todos los costos y gastos que se debe incurrir para la realización de los diseño en GYPSUM, también determina la demanda insatisfecha y su proyección, está basada en la recolección de los datos arrojados de las encuestas realizadas a los locales comerciales y a los expertos. En el cuarto capítulo, siendo positivos los resultados del anterior capítulo, se procedió a la fijación de la macro y micro localización de la microempresa, por lo que es dable decir que la microempresa estará situada en el centro de la ciudad siendo la dirección la Avd. Heleodoro Ayala y Avd. José Tobar y Tobar, además se establecerá su tamaño, la ingeniería del proyecto; para lo cual se fijó un presupuesto de la inversión requerida. En el quinto capítulo se realiza el estudio económico y financiero donde se evalúa y compara con los posibles ingresos, mediante un análisis financiero que nos llevó a determinar el valor neto positivo, la tasa interna de retorno, el costo beneficio buscando obtener la mayor rentabilidad, esto nos permitió determinar la factibilidad del proyecto. En el sexto capítulo se desarrolló la estructura administrativa y funcional de la microempresa mediante un organigrama funcional, se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la microempresa. En el séptimo capítulo se determinó

los impactos Social, Empresarial, Económico, y Ambiental. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

EXECUTIVE SUMMARY

This work is aimed at determining the feasibility study for the creation of a small business dedicated to the design and construction of interior GYPSUM in the city of Ibarra, for it is quite important to recognize its advantages and disadvantages. This feasibility study contains seven chapters, the first one is about the Situational Diagnosis that gives us the basis to determine the problem. The second chapter discusses all the scientific information on the researched topic, determining in the first instance the basics concepts, both business and administrative - accounting and marketing, which should be handled in each instance within a company. The third chapter presents the market study which analyzes all costs and expenses that would be incurred in carrying out the design in GYPSUM, also determines the unsatisfied demand and its projection is based on the collection of the data obtained from surveys conducted at the business premises and experts. In the fourth chapter, the results remain positive previous chapter, we proceeded to the setting of the macro and micro location micro, so it is possible to say that the small business will be located in the city center with the direction the Av. Heleodoro Av. Ayala and Jose Tobar and Tobar, and its size is established, project engineering, for which it has set aside the required investment. In the fifth chapter presents the economic and financial study which evaluated and compared to the income potential through a financial analysis that led us to determine the positive net value , internal rate of return , cost benefit looking to get the highest return , this allowed us to determine the feasibility of the project. In the sixth chapter was developed administrative and functional structure of the micro through a functional, it detailed the functions of each of the partners of the microenterprise. The seventh chapter was determined with Social impacts, Business, Economic, and Environmental. Once established this structure justifies the need to undertake this project and the advisability of investment.

PRESENTACIÓN

En los últimos años, la actividad micro empresarial en la Ciudad de Ibarra ha tenido un crecimiento favorable, por ello se pretende crear una microempresa que brinde servicios de calidad, y así captar gran cantidad de compradores, los mismos que se convertirán en la demanda del mismo.

Este proyecto se lo realizó considerando el gran incremento de viviendas que se está dando aquí en la ciudad de Ibarra, ya que la población está aumentando y están comprando casas, departamentos en los cuales nuestro servicio está presente, ya que la remodelación y acabados en GYPSUM es algo innovador, se lo está utilizando actualmente para darle una mejor presentación a su vivienda, dándoles toque nuevos y únicos, adicional a esto el servicio contará con precios considerables y exequibles al cliente. El presente trabajo desarrolla una propuesta, la creación de una microempresa dedicada a los acabados y diseños de interiores en GYPSUM en la ciudad de Ibarra.

El diagnóstico situacional se lo desarrolló utilizando el método de la observación es decir la investigación de campo y también entrevista porque requirió un diálogo directo con las personas que conocen de este servicio, también se analizó los indicadores como: tamaño de la población, competencia, precio, etc.

El marco teórico utilizó las diversas fases de investigación como son: recopilación de datos de la información, bibliográfica y lincográfica, la segunda fase consiste en organizar y seleccionar los datos recolectados en la primera fase, en la tercera fase se hace un análisis minucioso e interpretación de los datos seleccionados, lo que facilita obtener la

esencia de la información para efectuar el marco teórico en forma correcta y con bases fundamentadas actuales, que ayuden a ampliar la visión.

El estudio de mercado es para tener conocimiento del mercado al que se pretende llegar, se desarrolló el estudio, empleando encuestas dirigidas a los expertos y dueños de locales comerciales, se investigó datos históricos de la oferta y demanda existente del servicio de instalación de GYPSUM, allí se identificó la población para luego calcular una muestra, adicionalmente se establece la proyección de la Oferta y la Demanda, de igual manera se realiza la proyección de los precios para ver si es conveniente o no el desarrollo del proyecto.

El estudio técnico de la ingeniería del proyecto se desarrolló identificando el tamaño del proyecto su localización a través de un mapa virtual, adicionalmente se desarrolla el diseño de las instalaciones, y el flujo grama del proceso operativo, que se maneja en la microempresa.

En el estudio económico y financiero del proyecto se requirió realizar un presupuesto técnico o estimaciones acercadas a la realidad con respecto a costos de mano de obra, materia prima, costos indirectos de fabricación, insumos a utilizarse para la prestación del servicio, con ello poder obtener datos para efectuar los respectivos estados financiero, sacar el costo de oportunidad, VAN, TIR, costo – beneficio, punto de equilibrio.

La estructura administrativa y funcional tiene por objeto dar a conocer cómo se va a Constituir la microempresa de Instalación en GYPSUM en el Cantón Imbabura, con su respectivo Direccionamiento Estratégico en donde constarán los principios corporativos, su misión, visión, objetivos, políticas y estrategias.

En los Impactos el análisis se analizó a los posibles impactos que se derivarán al manejar este tipo de servicio, como pueden ser en el aspectos Social, Empresarial, Económico, y Ambiental, esto se lo realizó mediante matrices, en las que se mostraron indicadores y el nivel de impacto, para luego categorizarlos matemáticamente.

Para concluir el presente proyecto finalmente se realizaron útiles conclusiones y recomendaciones que constituyen el aporte personal junto a una bibliografía de sustento. Ayudará a mejorar la realidad organizacional y financiera y tomar medidas pertinentes, ya que tendrá una visión más general del trabajo de investigación.

ÍNDICE- GENERAL

	Pág.
PORTADA.	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE-SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
PRESENTACIÓN	VIII

CAPÍTULO I

1.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
1.1.	ANTECEDENTES	32
1.1.1.	PROBLEMA O NECESIDAD A SATISFACER	32
1.1.2.	OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	33
	OBJETIVO GENERAL	33
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	33
1.1.3.	VARIABLES DIAGNOSTICAS	33
1.1.4.	INDICADORES POR VARIABLES	34
	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE IBARRA	34
	ASPECTOS DEMOGRAFICOS DE IBARRA	34
	NORMAS LEGALES	34
	ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS DE IBARRA	34
	ENTIDADES DE SERVICIOS EN GYPSUM	34
1.1.5.	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
1.2.	ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS	36
1.2.1.	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	36
	RESEÑA HISTÓRICA	36
	LOCALIZACIÓN	36
	PARROQUIAS URBANAS	37
1.2.2.	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	39
	INCREMENTO POBLACIONAL	39

	INCREMENTO DE VIVIENDAS	39
	TENDENCIAS DE VIVIENDAS	40
1.2.3.	NORMAS LEGALES	41
	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)	41
	PATENTE MUNICIPAL	41
	PAGO DE BOMBERO	42
1.2.4.	ASPECTOS SOCIO – ECONÓMICOS DE IBARRA	42
	DISTRIBUCIÓN DEL PEA POR PARROQUIAS	42
	DISTRIBUCIÓN DE LA PEA SEGÚN LA RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	44
1.3.	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	45
1.4.	DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	46
1.4.1.	INFORMACIÓN PRIMARIA	46
	ENTREVISTA	46
1.4.2.	INFORMACIÓN SECUNDARIA	46
1.5.	RESULTADOS DE ENTREVISTA A EXPERTOS	47
1.5.1.	ENTREVISTA A EXPERTOS	47
	ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS EN INSTALACIÓN DE GYPSUM	47
1.6.	MATRIZ AOOR	49
1.7.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO / OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	50

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	51
2.1.	PROYECTO	51
2.1.1.	EVALUACIÓN	51
2.1.2.	INTRODUCCIÓN	51
2.1.3.	MARCO TEÓRICO	52
2.1.4.	ESTUDIO DE MERCADO	52
	OFERTA	53
	DEMANDA	53
2.1.5.	ESTUDIO TÉCNICO	53

2.1.6.	ESTUDIO ECONÓMICO	54
2.1.7.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE UNA EMPRESA	54
2.1.8.	IMPACTOS	54
2.2.	LA EMPRESA	55
2.2.1.	DEFINICIÓN DE LA EMPRESA	55
2.2.2.	UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA	55
2.2.3.	CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA	56
2.3.	VIVIENDA	56
2.3.1.	DEFINICIÓN DE VIVIENDA	56
2.3.2.	TIPOS DE VIVIENDA	56
	VIVIENDAS DE TIPO CORRIENTE	57
	VIVIENDA BÁSICAS	57
	VIVIENDAS – NUCLEO	58
	VIVIENDAS SEMIPERMANENTES	58
2.4.	GYPSUM	59
2.4.1.	ORIGEN	59
2.4.2.	USOS DEL GYPSUM	59
2.4.3.	CARACTERÍSTICAS DEL GYPSUM	59
2.4.4.	VENTAJAS DEL GYPSUM	60
2.4.5.	DESVENTAJAS DE GYPSUM	61
2.5	DISEÑOS EN INTERIORES DE VIVIENDAS	61
2.5.1.	DEFINICIÓN	61
2.6	ACABADOS DE INTERIORES EN GYPSUM	61
2.6.1.	REMODELACIÓN	61
2.7	ADMINISTRACIÓN	62
2.7.1.	DEFINICIÓN	62
2.8	PROCESO ADMINISTRATIVO	62
2.8.1.	PLANIFICACIÓN	62
2.8.2.	ORGANIZACIÓN	63
2.8.3.	DIRECCIÓN	63
2.8.4.	CONTROL	63
2.9.	CONTABILIDAD	64

2.9.1.	DEFINICIÓN	64
2.9.2.	IMPORTANCIA	64
2.9.3.	CONTABILIDAD DE COSTOS	65
2.9.4.	COSTOS	65
2.9.5.	ELEMENTOS DEL COSTO	65
2.10.	PROCESO CONTABLE	66
2.10.1.	LIBRO DIARIO	67
2.10.2.	LIBRO MAYOR	67
2.10.3.	BALANZA DE COMPROBACIÓN	68
2.10.4.	HOJA DE TRABAJO	68
2.10.5.	ESTADOS FINANCIEROS	69
	ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA	69
	ESTADO DE RESULTADOS	69
	FLUJO DE EFECTIVO	70
2.10.6.	COSTO CAPITAL	70
2.10.7.	VALOR ACTUAL NETO	71
2.10.8.	TASA INTERNA DE RETORNO TIR	72
2.10.9.	COSTO BENEFICIO	73
2.10.10.	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	74
2.10.11.	PUNTO DE EQUILIBRIO	74
2.11.	DEFINICIÓN DE LAS 4 P	75
2.11.1.	PRODUCTO	75
2.11.2.	PRECIO	75
2.11.3.	PLAZA	76
2.11.4.	PROMOCIÓN	76
2.12.	MERCADO	76
2.12.1.	DEFINICIÓN DE MERCADO	76
2.12.2.	TIPOS DE MERCADO	77
	MERCADO DE COMPETENCIA PURA	77
	MERCADO MONOPÓLICO	77
	MERCADO OLIGOPÓLICO	78
	MERCADO INFORMAL	78
2.13.	SEGMENTO DE MERCADO	78

2.14.	POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)	79
2.14.	POBLACION ECONOMICAMENTE INACTIVA (PEI)	79

CAPITULO III

3.	ESTUDIO DE MERCADO	80
3.1.	PRESENTACIÓN	80
3.2.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	81
3.2.1.	DESCRIPCIÓN FÍSICA	81
3.2.2.	BENEFICIOS DEL PRODUCTO	81
3.2.3.	PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	82
3.2.4.	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	83
3.3.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	83
3.3.1.	OBJETIVO GENERAL	83
3.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
3.3.3.	VARIABLES	84
3.3.4.	INDICADOR POR VARIABLES	84
	MERCADO	84
	COMERCIALIZACIÓN	84
	SERVICIO	84
	MATERIA PRIMA E INSUMOS	85
	RECURSO HUMANO	85
3.4.	MATRÍZ DE RELACIÓN DE MERCADO	86
3.5.	MECÁNICA OPERATIVA DE ESTUDIO DE MERCADO	88
3.5.1.	TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS	88
	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA	88
	POBLACIÓN INVESTIGADA	88
	CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONAL	89
	PROCESAMIENTO DE DATOS	90
	DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	90
	ENCUESTAS	90
	ENTREVISTA	91
	TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN E	
	INTERPRETACIÓN O ANÁLISIS	91

	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	91
	RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	103
3.6.	MERCADO META	106
3.7.	SEGMENTO DE MERCADO	106
3.8.	IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	107
3.8.1.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	108
3.9.	IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	110
3.9.1.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO	110
3.10.	BALANCE DEMANDA – OFERTA	111
3.10.1.	BALANCE OFERTA – DEMANDA DEL SERVICIO	111
3.11.	ANÁLISIS DE COMPETIDORES	112
3.12.	PROYECCIONES DE PRECIOS	113
3.12.1.	PRECIOS DEL SERVICIO	113
3.12.2.	PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO	113
3.13.	COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	114
3.14.	ESTRATEGIAS DEL SERVICIO, PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN DEL SERVICIO	115
3.14.1.	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	115
3.14.2.	ESTRATEGIAS DE PRECIO	116
3.14.3.	ESTRATEGIAS DE PLAZA	116
3.14.4.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	116
3.15.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	117

CAPÍTULO IV

4.	ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO	119
4.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	119
4.1.1.	MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	119
4.1.2.	VÍAS DE ACCESO	120
4.1.3.	MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	121
4.2.	UBICACIÓN DE LA PLANTA	123
4.2.1.	ETAPA DE PRE- OPERACIÓN	123
4.2.2.	DISEÑO DE INSTALACIÓN	123

4.2.3.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	126
	ÁREA DE VENTAS	126
	ÁREA ADMINISTRATIVA	127
	ÁREA DE BODEGA	127
	ÁREA DE ESTACIONAMIENTO	127
4.3.	FLUJO GRAMA DE PROCESOS	128
4.3.1.	PROCESO DE INSTALACIÓN UBICACIÓN DE LA PLANTA DE GYPSUM EN TUMBADOS	130
4.3.2.	PROCESO DE INSTALACIÓN UBICACIÓN DE LA PLANTA DE GYPSUM EN PAREDES	134
4.4.	PRESUPUESTO TÉCNICO	138
4.4.1.	INVERSIÓN FIJA	138
	VEHÍCULO	138
	MUEBLES Y ENSERES	138
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	139
	ÚTILES DE OFICINA	140
	RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	141
4.4.2.	INVERSIÓN DIFERIDA	142
4.4.3.	INVERSIÓN VARIABLE	142
	CAPITAL DE TRABAJO	143
	MATERIA PRIMA INDIRECTA	143
	MANO DE OBRA DIRECTA	144
	COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	144
	MANO DE OBRA INDIRECTA (MENSUAL)	144
	OTROS COSTOS (MENSUAL)	145
	MATERIA PRIMA INDIRECTA (MENSUAL)	145
	RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	146
	GASTOS GENERALES	146
	SERVICIOS BASICOS (MENSUAL)	146
	SUELDOS Y SALARIO (MENSUAL)	147
	GASTO ARRIENDO MENSUAL (MENSUAL)	147
	GASTO PUBLICIDAD (MESUAL)	147
	IMPREVISTOS (MENSUAL)	147

	SUMINISTROS DE OFICINA (MENSUAL)	148
	RESUMEN DE GASTOS GENERALES	148
	RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE	149
4.4.4.	RESUMEN DE LA INVERSIÓN	149
4.5	FINANCIAMIENTO	149
4.6.	RECURSO HUMANO	150
4.7.	TAMAÑO DEL PROYECTO	151
4.7.1.	RENDIMIENTOS APROXIMADOS EN SERVICIO DE GYPSUM	151
4.8.	SEGUIMIENTO Y MONITOREO.	152

CAPITULO V

5.	ESTUDIO ECONÓMICO	154
5.1.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	154
5.1.1.	INVERSIÓN REQUERIDA	154
5.2.	CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	155
5.3.	DETERMINACIÓN DE INGRESOS	157
5.3.1.	PROYECCIÓN DE VENTAS DE PRESTACIÓN DE SERVICIO	158
5.4.	DETERMINACIÓN DE EGRESOS	159
5.4.1.	COSTOS DE OPERACIÓN	160
5.4.2.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	160
	SUELDOS ADMINISTRATIVOS	162
	SERVICIOS BASICOS DE ADMINISTRACIÓN	162
	GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	162
	ARRIENDO DEL LOCAL	163
	RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS	164
5.4.3.	GASTOS DE VENTA	164
	GASTO PUBLICIDAD	165
	GASTO SERVICIOS BÁSICOS DE VENTAS	166
	GASTO ARRIENDO DE VENTAS	167
	RESUMEN DE GASTOS DE VENTA PROYECTADOS	167
5.4.4.	GASTOS FINANCIEROS	167
5.5.	DEPRECIACIONES	168

5.6.	ESTADOS FINANCIEROS	169
5.6.1.	BALANCE GENERAL	169
5.6.2.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	171
5.6.3.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	172
5.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA	172
5.7.1.	VALOR ACTUAL NETO	172
5.7.2.	TASA INTERNA DE RETORNO	174
5.7.3.	BENEFICIO – COSTO	176
5.7.4.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	176
5.7.5.	SENSIBILIDAD Y RIESGO DEL PROYECTO	178
5.8.	RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	179
5.9.	PUNTO DE EQUILIBRIO	180
	CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	181
	CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	181

CAPITULO VI

6.1.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	182
6.1.1.	DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA	182
	LOGOTIPO	182
6.1.2.	IMPORTANCIA	183
6.1.3.	BENEFICIARIOS	183
6.1.4.	SECTOR ECONÓMICO	184
6.1.5.	TIPO DE EMPRESA	184
6.1.6.	MISIÓN DE LA MICROEMPRESA	185
6.1.7.	VISIÓN DE LA MICROEMPRESA	185
6.1.8.	PRINCIPIOS Y VALORES	186
	PRINCIPIOS	186
	VALORES	187
6.1.9.	OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA	190
	OBJETIVO GENERAL	190
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	191
6.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	191
6.2.1.	ORGÁNICO ESTRUCTURAL	191

6.2.2.	NIVELES ADMINISTRATIVOS	192
	NIVEL DIRECTIVO	192
	NIVEL EJECUTIVO	192
	NIVEL ASESOR	192
	NIVEL OPERATIVO	193
	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	193
6.2.3.	ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS	194
6.2.4.	ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	209
	REQUISITOS PARA SACAR EL RUC	209
	REQUISITOS PARA LA PATENTE MUNICIPAL	209

CAPITULO VII

7.	IMPACTOS DEL PROYECTO	210
7.1.	ANTECEDENTES	210
7.2.	ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS	211
7.2.1.	IMPACTO SOCIAL	211
7.2.2.	IMPACTO EMPRESARIAL	214
7.2.3.	IMPACTO ECONÓMICO	215
7.2.4.	IMPACTOS AMBIENTAL	218
7.2.5.	RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS	220
	CONCLUSIÓN DE IMPACTOS	121
	CONCLUSIONES	222
	RECOMENDACIONES	222
	BIBLIOGRAFÍA	227
	LINCOGRAFÍA	229
	ANEXOS	230

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 01	MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
CUADRO No. 02	PARROQUIAS URBANAS DE IMBABURA	37
CUADRO No. 03	INCREMENTO POBLACIONAL	39
CUADRO No. 04	TENDENCIAS DE VIVIENDA	40

CUADRO No. 05	PRODUCCIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) Y PRODUCCIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA (PEI) DE IBARRA	43
CUADRO No. 06	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	44
CUADRO No. 07	OFERTA DE INSTALACIÓN EN GYPSUM EN IBARRA	45
CUADRO No. 08	MATRIZ AOOR	49
CUADRO No. 09	MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA	86
CUADRO No. 10	VIVIENDAS POR PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	88
CUADRO No. 11	POBLACION INVESTIGADA	89
CUADRO No. 12	SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	92
CUADRO No. 13	EDADES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	93
CUADRO No. 14	CONOCIMIENTOS SOBRE LOS ACABADOS EN GYPSUM	94
CUADRO No. 15	CONOCE SOBRE LA OFERTA DE LA ACTIVIDAD	95
CUADRO No. 16	LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL SERVICIO	97
CUADRO No. 17	FORMA DE OBTENER EL SERVICIO	98
CUADRO No. 18	A DONDE ACUDE UD PARA ESTE TIPO DE SERVICIO	96
CUADRO No. 19	QUE TIPO DE MATERIAL UTILIZARÍA UD SEGÚN SU NECESIDAD	99
CUADRO No. 20	A QUE DARÍA PREFERENCIA USTED AL REALIZAR UNA REMODELACION	100
CUADRO No. 21	DONDE LE GUSTARÍA QUE ESTUVIERA UBICADA LA EMPRESA	102
CUADRO No. 22	CUANTO ESTARÍA DISPUESTO ÚSTED A PAGAR POR EL SERVICIO DE GYPSUM	102
CUADRO No. 23	DIVISIÓN DEL MERCADO META	106
CUADRO No. 24	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	108
CUADRO No. 25	DEMANDA HISTÓRICA	108
CUADRO No. 26	DEMANDA FUTURA DEL SERVICIO DE GYPSUM	109

CUADRO No. 27	OFERTA HISTÓRICA	110
CUADRO No. 28	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	111
CUADRO No. 29	BALANCE DE LA DEMANDA INSATISFECHA	111
CUADRO No. 30	PRECIOS DEL MERCADO ACTUAL	113
CUADRO No. 31	PROYECCIÓN DE PRECIOS	114
CUADRO No. 32	SIMBOLOGÍA UTILIZADA	128
CUADRO No. 33	MUEBLES Y ENSERES	139
CUADRO No. 34	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	139
CUADRO No. 35	EQUIPO DE OFICINA	140
CUADRO No. 36	HERRAMIENTAS	141
CUADRO No. 37	RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	141
CUADRO No. 38	TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	142
CUADRO No. 39	PRESUPUESTO MENSUAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA	143
CUADRO No. 40	PRESUPUESTO MENSUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	144
CUADRO No. 41	MANO DE OBRA INDIRECTA	144
CUADRO No. 42	EQUIPO DE TRABAJO COSTOS (MENSUAL)	145
CUADRO No. 43	MATERIA PRIMA INDIRECTA (MENSUAL)	145
CUADRO No. 44	RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO (MENSUAL)	146
CUADRO No. 45	GASTO SEVICIOS BÁSICOS	146
CUADRO No. 46	GASTO SUELDOS Y SALARIOS	147
CUADRO No. 47	GASTO ARRIENDO	147
CUADRO No. 48	GASTO PUBLICIDAD	147
CUADRO No. 49	IMPREVISTOS (MENSUAL)	147
CUADRO No. 50	GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	148
CUADRO No. 51	RESUMEN DE GASTOS GENERALES	148
CUADRO No. 52	RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO	149
CUADRO No. 53	RESUMEN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO	149
CUADRO No. 54	FINANCIAMIENTO	150
CUADRO No. 55	TALENTO HUMANO	150

CUADRO No. 56	PRODUCCIÓN ANUAL POR DISEÑOS	151
CUADRO No. 57	DETALLE DEL TIPO DE SERVICIO	152
CUADRO No. 58	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN MENSUAL	155
CUADRO No. 59	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	155
CUADRO No. 60	FINANCIAMIENTO	156
CUADRO No. 61	COSTO DE OPORTUNIDAD	156
CUADRO No. 62	PROYECCIÓN DE VENTAS EN CANTIDAD DE SERVICIOS	159
CUADRO No. 63	PROYECCIÓN DE VENTAS EN PRECIO DE SERVICIOS	159
CUADRO No. 64	PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN PROYECTADOS	160
CUADRO No. 65	GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVO Año 1	161
CUADRO No. 66	GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVO Año 2	161
CUADRO No. 67	GASTOS PROYECTADOS DE SUELDOS ADMINISTRATIVO	161
CUADRO No. 68	SERVICIOS BASICOS DE ADMINISTRACIÓN	162
CUADRO No. 69	GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	162
CUADRO No. 70	PROYECCIÓN GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	162
CUADRO No. 71	PROYECCION GASTO ARRIENDO	163
CUADRO No. 72	RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS	164
CUADRO No. 73	SUELDOS DE VENTAS AÑO 1	164
CUADRO No. 74	DE VENTAS AÑO 2	165
CUADRO No. 75	PROYECCIÓN SUELDO DE VENTAS	165
CUADRO No. 76	GASTO PUBLICIDAD	165
CUADRO No. 77	PROYECCIÓN GASTO PUBLICIDAD	166
CUADRO No. 78	PROYECCIÓN GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	166
CUADRO No. 79	PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO	167
CUADRO No. 80	RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS	167
CUADRO No. 81	TABLA DE AMORTIZACIÓN	168
CUADRO No. 82	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	169

CUADRO No. 83	BALANCE GENERAL DE INSTALL GYPSUM	170
CUADRO No. 84	ESTADO DE RESULTADOS	171
CUADRO No. 85	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	172
CUADRO No. 86	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	174
CUADRO No. 87	BENEFICIO COSTO	176
CUADRO No. 88	FLUJO DE CAJA NETO ACUMULADO	177
CUADRO No. 89	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	178
CUADRO No. 90	FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CUANDO LOS INGRESOS BAJAN EN UN 4%	179
CUADRO No. 91	RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	179
CUADRO No. 92	PUNTO DE EQUILIBRIO	180
CUADRO No. 93	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL GERENTE	195
CUADRO No. 94	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL CONTADOR	197
CUADRO No. 95	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL VENDEDOR	199
CUADRO No. 96	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL BODEGUERO	201
CUADRO No. 97	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL JEFE TÉCNICO DE GYPSUM	203
CUADRO No.98	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL ELECTRICISTA	205
CUADRO No.99	PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL OPERARIO	207
CUADRO No.100	NIVELES DE IMPACTO	210
CUADRO No.101	MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	212
CUADRO No.102	MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	214
CUADRO No.103	MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	216
CUADRO No.104	MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	218
CUADRO No.105	RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS	220

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.1	MAPA DE IBARRA	38
GRÁFICO No.2	TENDENCIA DE VIVIENDA	40
GRÁFICO No.3	SEXO DE PERSONAS ENCUESTADAS	92
GRÁFICO No.4	EDADES	93
GRÁFICO No.5	CONOCIMIENTOS DE GYPSUM	94
GRÁFICO No.6	CONOCE EMPRESAS DE GYPSUM	95
GRÁFICO No.7	ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	96
GRÁFICO No.8	FORMA DE ADQUISICIÓN	97
GRÁFICO No.9	PARA CONSTRUCCIÓN USTED ACUDE	98
GRÁFICO No.10	CUÁL UTILIZARÍA USTED	99
GRÁFICO No.11	PREFERENCIAS DEL SERVICIO	100
GRÁFICO No.12	UBICACIÓN DE LA EMPRESA	101
GRÁFICO No.13	PRECIOS DEL SERVICIO POR METROS	102
GRÁFICO No.14	MAPA DE IMBABURA	120
GRÁFICO No.15	MAPA DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL DE GYPSUM	122
GRÁFICO No.16	DISEÑO DE INSTALACIONES	125
GRÁFICO No.17	LOGOTIPO DE LA EMPRESA	182

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. PROBLEMA O NECESIDAD A SATISFACER

Para el presente proyecto es de vital importancia realizar un diagnóstico situacional que permita obtener un conocimiento básico del área establecida, para ello es necesario acudir a las fuentes de información que permitan la obtención de datos útiles y reales.

Después de haber realizado una breve investigación al entorno de la ciudad de Ibarra, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) la provincia cuenta con una población de 181.175 ciudadanos distribuidos en 103.009 hogares establecidos de los cuales un alto porcentaje de 47,5% cuenta con vivienda propia. Muchos de ellos necesitan remodelar el interior de sus casas ya sea porque se encuentran en malas condiciones o porque desean hacer un cambio total o parcial debido a la antigüedad de las mismas para mejorar su aspecto físico con diseños decorativos, acogedores e innovadores que hagan sentir a gusto la estancia en sus hogares, también existen personas que están en etapa de construcción de viviendas multifamiliares para dar cabida a las nuevas generaciones; es aquí donde surge la necesidad de adquirir un servicio que les ayude a satisfacer dichas expectativas en cuanto a los acabados en el interior de sus viviendas. Por ello hace factible la creación de una microempresa de servicios dedicada al diseño y construcción de interiores en GYPSUM en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, siendo este proyecto un aporte fundamental al desarrollo de la ciudad mediante la creación de fuentes de trabajo.

1.1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para determinar: aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que sean de vital importancia para la creación de la microempresa de servicios dedicada al diseño y construcción de interiores en GYPSUM para la ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto.
- ✓ Analizar los aspectos demográficos del área de investigación.
- ✓ Determinar las normas legales vigentes de cumplimiento para la creación de la microempresa de remodelación y acabados en GYPSUM.
- ✓ Determinar los aspectos socio- económicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- ✓ Analizar la existencia entidades que presten servicios en construcción de interiores en el material GYPSUM en la ciudad de Ibarra.

1.1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- ✓ Antecedentes Históricos de Ibarra
- ✓ Aspectos Demográficos de Ibarra
- ✓ Normas Legales

- ✓ Aspectos socio-económicos de Ibarra
- ✓ Entidades de servicios en GYPSUM

1.1.4. INDICADORES POR VARIABLES

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE IBARRA

- ✓ Reseña histórica de Ibarra
- ✓ Localización

ASPECTOS DEMOGRAFICOS DE IBARRA

- ✓ Incremento Poblacional
- ✓ Incremento de Viviendas
- ✓ Tendencias de viviendas

NORMAS LEGALES

- ✓ Ruc
- ✓ Patente Municipal
- ✓ Pago de Bomberos

ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS DE IBARRA

- ✓ Distribución de la PEA por parroquias
- ✓ Distribución de la PEA según la rama de actividad económica

ENTIDADES DE SERVICIOS EN GYPSUM

- ✓ Localización de empresas similares
- ✓ Variedad de Servicio

1.1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No.01
MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
✓ Determinar los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto.	- Antecedentes Históricos	- Reseña histórica de Ibarra - Localización	- Secundaria - Secundaria	- Internet - Internet	- Páginas Web - Páginas Web
✓ Analizar los aspectos demográficos del área de investigación.	- Aspectos Demográficos	- Incremento Poblacional - Incremento de Viviendas - Tendencias de viviendas	- Secundaria - Secundaria - Secundaria	- Internet - Internet - Internet	- INEC. - INEC. - INEC.
✓ Determinar las normas legales vigentes, que den cumplimiento para la creación de la microempresa de remodelación y acabados en GYPSUM.	- Normas Legales	- RUC - Patente Municipal - Pago de Bombero	- Primaria - Primaria - Primaria	- Obs. Directa - Obs. Directa - Obs. Directa	- SRI - Municipio Ibarra - Bomberos
✓ Determinar los aspectos socio- económicos del área de influencia del proyecto a implantarse.	- Aspectos socio económicos de Ibarra	- Distribución de la PEA por parroquias. - Distribución de la PEA según la rama de actividad económica	- Secundaria - Secundaria	- Internet - Internet	- INEC - INEC
✓ Analizar la existencia entidades que presten servicios en construcción de interiores en el material GYPSUM en la ciudad de Ibarra.	- Entidades de servicios en GYPSUM.	- Localización de empresas similares - Variedad de Servicios	- Secundaria - Primaria	- Entrevista - Entrevista	- Experto - Experto

1.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

RESEÑA HISTÓRICA

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito - Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas. Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatros años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

LOCALIZACIÓN

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de

Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al Norte con la provincia del Carchi, al Noroeste con la provincia de Esmeraldas, al Oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al Este con el cantón Pimampiro y al Sur con la provincia de Pichincha.

La ciudad y el cantón Ibarra, al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política Nacional. La Municipalidad de Ibarra es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Ibarra. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio.

El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por las Juntas Parroquiales ante el Municipio de Ibarra.

PARROQUIAS URBANAS

Para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, actualmente Ibarra está conformada por 5 parroquias aunque en poco tiempo se unirá a la ciudad, San Antonio, una de las parroquias urbano-aledañas a la ciudad, así serían 6 las parroquias urbanas que la conforman.

Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

Las parroquias urbanas y los barrios en los que se halla dividida Ibarra son los detallados a continuación:

CUADRO No.02

PARROQUIAS URBANAS DE IMBABURA

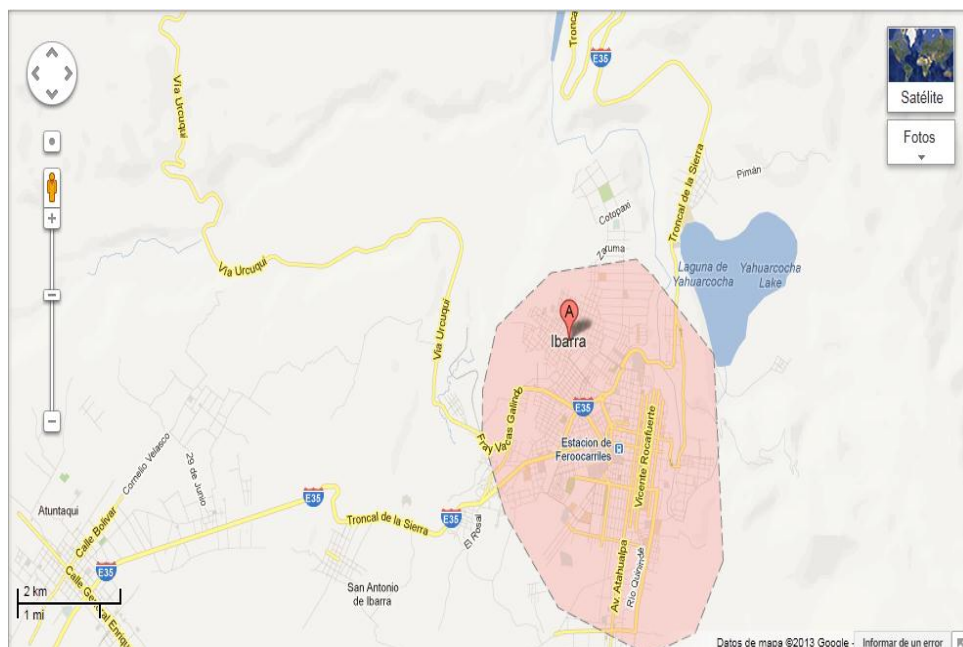
1. Alpachaca	Azaya, Las Palmas, Hospital-El Seguro, Martínez de Orbe, Alpachaca (barrio-cabecera), Miravalle, La Soria.
2. San Francisco	El Ejido, Condominios-Los Galeanos, La Florida, Las Colinas, El Milagro, Pugacho, Villa Europea-Imbaya, Los Pinos, Jardín de Paz, El Empedrado, Aeropuerto, Parque del Águila, Esquina del Coco, Centro Histórico (Lado este Rocafuerte), Redondel Cabezas Borja-Antigua Hacienda, Pilanquí, 19 de Enero, La Merced, Redondel de La Madre, Hospital-San Vicente de Paúl, Urbanizaciones de Mariano Acosta, Barrio Gomezjurado.
3. El Sagrario	Terminal del Reloj, Cuestas de San Francisco, Teodoro Gómez, Cruz Verde, Ajaví, Parque de La Familia, Yacucalle, Bola Amarilla, La Victoria, Ciudadela Sur, Ciudadela Norte, La Curia-Antiguo Cuartel, Rocafuerte, La Católica, Loma de Guayabillas, Centro Histórico (Lado oeste Rocafuerte), La Bolívar, El Obelisco-Moncayo.
4. Priorato y La Laguna	Ciudadela Universitaria, La Aduana, Yaguarcocha-Ingreso, Pueblo Viejo, Yaguarcocha-El Arcángel, Catacumbas, Priorato-La Esperanza (barrio-cabecera), Huertos Familiares, Mirallores y Barrio España.
5. Los Ceibos y Ruinas de Caranqui	Los Ceibos (barrio-cabecera), El Cedro, Caranqui (cabecera-barrio histórico), Ruinas de Caranqui (protegido por el Municipio de Ibarra), La Esperanza, La Campiña, La Primavera, Cementerio-Necrópolis San Miguel, Cuatro Esquinas, La Portada de La Esperanza, Riveras del Tahuando, La Candelaria, Los Roques-Cementerio San Francisco, Los Reyes.

ELABORADO POR: Las Autoras

FUENTE: Internet

GRÁFICO No. 1

MAPA DE IBARRA



FUENTE: Google Map

1.2.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

INCREMENTO POBLACIONAL

La ciudad de Ibarra tiene una población bastante envejecida, más del 35% de la población pasa de los 45 años, un 25% son menores de 25 y el restante 40% son personas adultas de entre los 25 y los 45 años, el número de hijos por mujer es de 1,4 hijos x mujer, y la tasa de crecimiento poblacional baja dramáticamente, por ello para 2010 está estaba en 1,8% de crecimiento anual.

CUADRO No. 03
INCREMENTO POBLACIONAL

Edad	Porcentaje a 1982	Porcentaje a 2010
0 - 4 años	15%	9,7%
5 - 12 años	14%	10,7%
13 - 20 años	12%	10,5%
21 - 29 años	15%	13,9%
30 - 40 años	15%	17,7%
41 - 50 años	9%	12,3%
51 - 60 años	7%	9,1%
61 - 70 años	6%	7,5%
71 - 80 años	4%	5,2%
80 ó más años	3%	3,4%

ELABORADO POR: Expertos

FUENTE: INEC

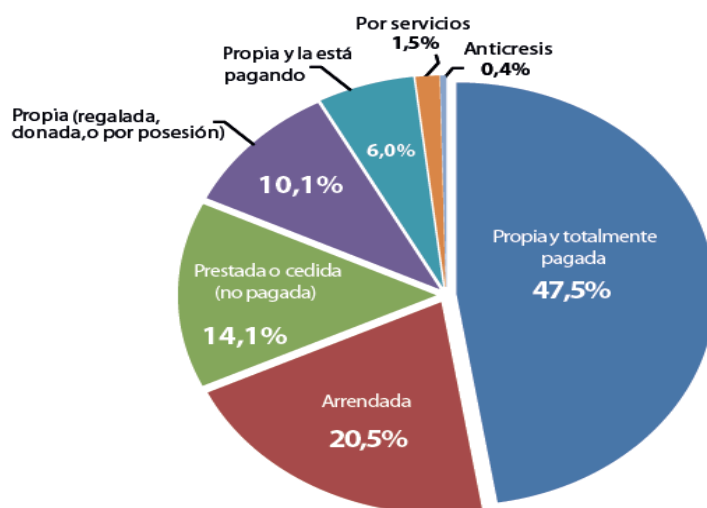
INCREMENTO DE VIVIENDAS

Según el Censo 2010, Ecuador tiene 14'483.499 habitantes y 4'654.054 viviendas, siendo los departamentos el tipo de vivienda particular que más se incrementó de 9,1% en 2001 a 11,7% EN 2010

TENDENCIAS DE VIVIENDAS

En la actualidad en la ciudad de Ibarra existen una variedad de viviendas que se han ido distribuyendo de acuerdo a sus necesidades.

GRÁFICO No. 2
TENDENCIAS DE VIVIENDAS



ELABORADO POR: Expertos

FUENTE: INEC

CUADRO No. 04
TENDENCIAS DE VIVIENDA

Tenencia de vivienda 2010	Hogares	%
Propia y totalmente pagada	48.881	47,5%
Arrendada	21.141	20,5%
Prestada o cedida (no pagada)	14.542	14,1%
Propia(regalada, donada, heredada o por posesión)	10.373	10,1%
Propia y la está pagando	6.174	6,0%
Por servicios	1.517	1,5%
Anticresis	381	0,4%
Total	103.009	100%

ELABORADO POR: Expertos

FUENTE: INEC

1.2.3. NORMAS LEGALES

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Requisitos para sacar el Ruc de Sociedades Comerciales

- ✓ Formulario Ruc 01-A firmado por representante legal.
- ✓ **Identificación de la sociedad:** Original y copia o copia certificada de la escritura pública de la constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ **Identificación del representante legal:** Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.
- ✓ **Ubicación del establecimiento:** Original y copia de los servicios básicos (agua, luz o teléfono), debe constar a nombre de la sociedad.

PATENTE MUNICIPAL

Requisitos para sacar la patente municipal

- Ruc.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Formulario del registro de actividades
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica.
- Escritura de constitución
- Permiso del cuerpo de bomberos
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar cédula y certificado de votación.

PAGO DE BOMBERO

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

- ✓ Solicitud de inspección (hoja azul).
- ✓ Informe de inspección aprobada.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.
- ✓ Copia de RUC o RISE.
- ✓ Copia de patente comercial municipal 2013 si ya ha pagado caso contrario se le colocara un código.
- ✓ TERCERA EDAD Copia de certificación de exoneración del Municipio.
- ✓ Copia de certificación si es Artesano

1.2.4. ASPECTOS SOCIO – ECONÓMICOS DE IBARRA

DISTRIBUCIÓN DEL PEA POR PARROQUIAS.

Debido a la actividad que se realiza es de vital importancia conocer a la población que se desarrollan en la ciudad de Ibarra, con el propósito de tener una idea clara de lo que queremos conocer al analizar las necesidades de las personas como son: alimento, salud y vivienda, a continuación observaremos la población económicamente activa (PEA) y la población económicamente inactiva (PEI) de las parroquias y por género.

CUADRO No. 05
LA PRODUCCIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) Y
PRODUCCIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA (PEI) DE LA CIUDAD
DE IBARRA

AMBUQUI	Genero	PEA	PEI	Total
	Hombre	1.385	738	2.123
	Mujer	841	1.382	2.223
	Total	2.226	2.120	4.346
ANGOCHAGUA		PEA	PEI	Total
	Hombre	723	498	1.221
	Mujer	438	992	1.430
	Total	1.161	1.490	2.651
CAROLINA		PEA	PEI	Total
	Hombre	806	337	1.143
	Mujer	252	773	1.025
	Total	1.058	1.110	2.168
IBARRA		PEA	PEI	Total
	Hombre	35.910	17.923	53.833
	Mujer	27.960	31.704	59.664
	Total	63.870	49.627	113.497
LA ESPERANZA		PEA	PEI	Total
	Hombre	1.892	1.033	2.925
	Mujer	853	2.046	2.899
	Total	2.745	3.079	5.824
LITA		PEA	PEI	Total
	Hombre	893	369	1.262
	Mujer	306	799	1.105
	Total	1.199	1.168	2.367
SALINAS		PEA	PEI	Total
	Hombre	464	221	685
	Mujer	250	439	689
	Total	714	660	1.374
SAN ANTONIO		PEA	PEI	Total
	Hombre	4.622	2.296	6.918
	Mujer	2.887	4.333	7.220
	Total	7.509	6.629	14.138
Total		PEA	PEI	Total
	Hombre	46.695	23.415	70.110
	Mujer	33.787	42.468	76.255
	Total	80.482	65.883	146.365

ELABORADO POR: Expertos

FUENTE: INEC

DISTRIBUCIÓN DE LA PEA SEGÚN LA RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

Debemos conocer las diversas actividades económicas que se desarrollan en la ciudad de Ibarra, con el propósito de tener una idea clara de lo que queremos conocer.

CUADRO No. 06
ACTIVIDADES ECONÓMICAS

RAMA DE ACTIVIDADES	CASOS	%
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	3.038	16%
Explotación de minas y canteras	26	0%
Industrias manufactureras	5.322	28%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	26	0%
Distribuidor de agua, alcantarillado, y gestión de desechos	28	0%
Construcción	1.510	8%
Comercio al por mayor y menor	2682	14%
Transporte y almacenamiento	798	4%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	521	3%
Información y comunicación	142	1%
Actividades financieras y de seguros	124	1%
Actividades inmobiliarias	9	0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	196	1%
Actividades de servicio administrativo y de apoyo	280	1%
Administración pública y defensa	623	3%
Enseñanza	743	4%
Actividades de la atención de la salud humana	408	2%
Artes, entretenimientos y recreación	76	0%
Otras actividades de servicios	258	1%
Actividades de los hogares como empleadores	542	3%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5	0%
No declarados	1.170	6%
Trabajador numero	471	2%
Total	18.998	100%

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: INEC

1.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto, la población o universo que se tomará en consideración son los maestros que se dedican exclusivamente a la instalación de GYPSUM.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el total de personas de la Población Económicamente Activa del cantón Ibarra en el género masculino es de 35.910 hombres, a este dato se le ha sacado el porcentaje del 8% que corresponde a la rama de actividad de construcción, porcentaje obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, dándonos como resultado 2.873 personas que trabajan de oficiales, operarios y artesanos de construcción; en base a una investigación directa realizada a los expertos de Gypsum se determinó que existe un mínimo porcentaje que es del 0.05% de estas personas se dedican exclusivamente a la instalación de GYPSUM, dándonos como resultado apenas 14 personas conocedoras del oficio.

CUADRO No. 07
PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA INSTALACIÓN EN GYPSUM EN
LA CIUDAD DE IBARRA

PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA INSTALACIÓN DE GYPSUM	No. PERSONAS
TOTAL	14

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: INEC

Como se puede observar el número de personas conocedoras del oficio de instalación de GYPSUM en la ciudad de Ibarra no es grande, así que se tomara el 100% de la población para el desarrollo de la investigación.

1.4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

ENTREVISTA

A través de la entrevista se propone determinar, servicios similares o iguales a la propuesta, la disponibilidad y el tipo de asesoramiento que una empresa de este tipo presta y debe prestar, así como también la situación económica inicial, a través de su experiencia en la inversión de este tipo de empresas.

La entrevista se aplicó a expertos en Instalación de Gypsum, ya que ellos pueden dar datos más acertados de lo que realmente es importante conocer sobre el tema.

1.4.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Dentro de esta información se ha utilizado los siguientes instrumentos que de igual manera son necesarios para el desarrollo del proyecto.

- ✓ Datos proporcionados por la Instituto Nacional de Estadística y Censos (Internet).
- ✓ Folletos publicados por el Ilustre Municipio de Ibarra, los Cuerpo Bomberos y el Servicio de Rentas Internas.

1.5. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS

1.5.1. ENTREVISTA A EXPERTOS

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS EN INSTALACIÓN DE GYPSUM

El objetivo: La presente entrevista es para determinar el diagnóstico situacional del entorno y de esta manera conocer el nivel de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a lo que es acabados y diseños en GYPSUM.

De los materiales más usados para la instalación de GYPSUM, ¿Cuál es el más práctico, recomendable y porque?

Por lo general se usa la plancha verde y la plancha blanca, esto dependiendo del lugar donde se vaya a instalar.

Plancha Verde: Esta es más cara por lo que es resistente a la humedad y se usa en lugares húmedos como: baños y paredes húmedas.

Plancha Blanca: Esta plancha es con la que más se trabaja, tiene un precio menor al del anterior sin embargo no es mala y es apta para cualquier diseño que se desee instalar.

Las marcas recomendables por su calidad y durabilidad son: SHIRTOCK, SÚPER PLACA, TOPPLEX que son marcas importadas.

¿Qué variedad existe en cuanto a la instalación de GYPSUM y cuáles son los diseños que más le solicitan?

La instalación en GYPSUM se realiza en tumbados y paredes, existen una gran variedad en cuanto a diseños ya que todo depende de los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.

Entre los que más sobresalen son:

Instalación y Diseño en tumbados

- Cajas con iluminación
- Diseños redondos con luces indirectas

- Cúpulas en las alturas de las gradas
- Cornisas en diferentes diseños
- *Instalación y diseños en paredes*
- Paredes con nichos
- Óvalos
- Círculos
- Cuadrados
- Cajas perimetrales

¿Conoce quiénes son proveedores directos del material GYPSUM?

En la ciudad de Ibarra solo existe un distribuidor directo que es SICOM.

En Quito y Guayaquil existen más distribuidoras que son: ESTIL CENTER, TPC, CICA, TECGYPSUM, GYPCOM

¿Conoce de otras empresas o personas que brinden actualmente servicios en GYPSUM en la ciudad Ibarra?

Como es un servicio prácticamente nuevo, escasamente existen personas que presten o sepan realizar este tipo de servicio y empresas que se dediquen exclusivamente a esta actividad no existe.

1.6. MATRIZ AOOR

CUADRO No. 08

MATRIZ AOOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - La existencia de demanda que deseen adquirir en servicio que se oferta. - Predisposición de maestros de instalación de GYPSUM para trabajar. - Los proveedores la materia prima necesaria para la instalación de GYPSUM. - Constructoras, promoción del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran oferta de instituciones financieras. - El incremento de la demanda, en relación a la de compra de viviendas en Ibarra. - Variedad de medios de comunicación para publicidad y propaganda que servirá para tener más acogida en la ciudad de Ibarra. - Fuentes de trabajo para los sectores involucrados.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> - Se considera a la competencia que siempre está presente en cualquier ámbito. Por el momento existe una empresa en la ciudad. - Escasa mano de obra calificada en el área. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento acelerado de competidores en el mercado. - Inestabilidad socioeconómica.

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación Directa

1.7. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO / OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Luego de haber analizado los aliados, oportunidades, oponentes, y riesgos a través del estudio situacional sobre los aspectos más relevantes se llegó a establecer que:

Existe una gran oportunidad de inversión, ya que no cuenta con un alto nivel de competitividad directa en este tipo de servicios, por ser nuevo, se está innovando aquí en la ciudad de Ibarra, tomando en consideración que este tipo de materiales se los encuentra en locales comerciales, pero no en todos ellos se presta el servicio de instalación en GYPSUM, lo que hace que el proyecto entre en el mercado con gran agrado.

Por lo que se considera que la venta del servicio de acabados y diseños en GYPSUM debe ir poco a poco abriendo campo, a su vez debe de ir mejorando los requerimientos mínimos que el cliente desee o necesite para de esta manera garantizar el servicio y este sea de alta calidad.

Por estos motivos se concluye que en la ciudad de Ibarra existen las condiciones apropiadas para la constitución de este proyecto con el siguiente tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INTERIORES EN GYPSUM EN LA CUIDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. PROYECTO

(VACA URBINA, 2013, pág. 2) *“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana”*

Un proyecto como un conjunto de actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

2.1.1. EVALUACIÓN

(VACA URBINA, 2013, pág. 3) *“La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea tiene como objetivo conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”*

La evaluación de un proyecto es fundamental para poner en marcha el mismo, ya que sirve como base para obtener un panorama más claro y determinar si es factible o no, esto depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto

2.1.2. INTRODUCCIÓN

(VACA URBINA, 2013, pág. 5) *“La introducción debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en*

su consumo. Se recomienda que sea breve, pues los datos aquí anotados solo servirán como su nombre lo indica, como una introducción del tema”

En la introducción se habla de un lugar, de una situación en particular, también se puede decir que es la preparación que se realizara para llegar a un determinado fin.

2.1.3. MARCO TEÓRICO

(CÓRDOVA PADILLA, 2011, pág. 18) “Un marco teórico (o conceptual) es el grupo central de conceptos y teoría que uno utiliza para formular y desarrollar un argumento. Esto se refiere a las ideas básicas que formulan la base para los argumentos, mientras que la revisión de literatura se refiere a los artículos, estudio y libros específicos que uno usa dentro de la estructura predefinida”.

Es la parte conceptual de un proyecto ya se fundamenta en fuentes tanto bibliográficas como linkograficas, que sirve como sustento de los temas tratados en la elaboración de un proyecto.

2.1.4. ESTUDIO DE MERCADO

(SAPAG CHAING, 2008, pág. 26) “El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial”.

El estudio de mercado es un análisis integral a todos los consumidores y clientes a través de la información obtenida para definir las oportunidades y problemas de mercado.

OFERTA

(VACA URBINA, 2013, pág. 54) *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición de mercado a un precio determinado”*

La oferta son todos los bienes y servicios que se encuentran a disposición en el mercado en un determinado precio.

DEMANDA

(VACA URBINA, 2013, pág. 28) *“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirirlos al precio que está en el mercado.

2.1.5. ESTUDIO TÉCNICO

(VACA URBINA, 2013, pág. 5) *“Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”*

El tamaño del proyecto depende de los turnos de trabajo, ya que incurre en una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a perfección la tecnología que se empleará.

2.1.6. ESTUDIO ECONÓMICO

(VACA URBINA, 2013, pág. 7) *“Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”*

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirve de base para la evaluación económica.

2.1.7. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE UNA EMPRESA

(SAPAG CHAING, 2008, pág. 28) *“Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentario se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan de manera diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan. Eso manifiesta el otorgamiento de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materia prima o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según sea el tipo de organización que se seleccione”*

En este capítulo se llega a determinar los desembolsos que presenta, los más convenientes para el proyecto y a su vez ayuda a formar una estructura eficaz en la organización para contribuir a los objetivos de la empresa.

2.1.8. IMPACTOS

(POSO Yépez, 2011, pág. 55) *“En todo proyecto, no necesariamente se hace constar todos los impactos, ya que puede ser el*

caso de que alguno o algunos de ellos no tengan repercusión o relevancia en el proyecto; o, por el contrario, se puede determinar otro tipo de impactos en otras áreas”

Esta es la fase donde se realiza un verdadero análisis de los impactos que causara la ejecución de dicho proyecto.

2.2. LA EMPRESA

2.2.1. DEFINICIÓN DE LA EMPRESA

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 55) *“La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio”.*

Se considera un organismo productivo que combina factores de trabajo, capital, recursos humanos y tecnológicos para producir bienes y servicios con el objetivo de satisfacer una necesidad.

2.2.2. UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 56) *“La Ubicación permite determinar el medio ambiente que rodea a la empresa y que de qué forma contribuye o afecta su desempeño.*

El tamaño que puede ser micro, pequeña, mediana o gran empresa; es importante dado la legislación y apoyos existentes en cada caso”

La empresa debe estar ubicada de acuerdo a la actividad que se dedique de igual forma las áreas de la misma deben estar distribuidas de manera

que se pueda obtener resultados eficientes en su desenvolvimiento y estas se dividen en micro, medias y grandes empresa, dependiendo de su tamaño o magnitud que estas tengan.

2.2.3. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

(BRAVO VALDIVIESO, 2013, pág. 3) “Existen muchos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:

- *Por su naturaleza: Industriales, Comerciales y de Servicios*
- *Por el sector al que pertenece: Públicas, Privadas y Mixtas*
- *Por la integración del capital: Unipersonales y Pluripersonales”*

2.3. VIVIENDA

2.3.1. DEFINICIÓN DE VIVIENDA

<http://definicion.de/vivienda/> “La vivienda es el lugar cerrado y cubierto que se construye para que sea habitado por personas. Estas edificaciones ofrecen refugio a los seres humanos y les protegen de las condiciones climáticas adversas, además de proporcionarles intimidad y espacio para guardar sus pertenencias y desarrollar sus actividades cotidianas”.

2.3.2. TIPOS DE VIVIENDA

<http://mapserver.inegi.org.mx/estandares/Index.cfm?Ligas=ficha.cfm&idf=269>

VIVIENDAS DE TIPO CORRIENTE

Una vivienda de tipo corriente es todo cuarto o conjunto de cuartos y sus dependencias; situados en un edificio permanente, o en una parte del mismo estructuralmente separada que, por la forma que ha sido construido, reconstruido o adaptado, se destina al alojamiento de un hogar y que, en el momento de levantarse el censo no se utiliza totalmente para otros fines. Cabe señalar que la durabilidad de un edificio permanente es de 15 años o más, según los materiales y método utilizados en cada país. Como ejemplos de esta categoría de viviendas se pueden citar, entre otros: las casas, los pisos independientes, las suites y los apartamentos. A continuación se enumeran los elementos esenciales de una vivienda de tipo corriente: Un cuarto o una serie de cuartos Ubicación en un edificio permanente Acceso separado a una calle o a un espacio en común Ocupación en principio por un sólo lugar Cocina u otro espacio para cocinar en la vivienda Baño o ducha fijos en la vivienda Retrete en la vivienda Agua corriente en la vivienda

VIVIENDAS BÁSICAS

Una vivienda básica es una unidad de habitación que tiene sólo algunas de las instalaciones esenciales de una vivienda de tipo corriente. Esta categoría es de una estructura permanente, por lo que puede ser un cuarto o una serie de cuartos dentro de un edificio permanente. Se pueden citar como elementos carentes en este tipo de vivienda los siguientes: cocina, baño o ducha fijos, y agua corriente respectivamente. Por lo anterior y dadas las similitudes con las viviendas de tipo corriente, estas viviendas pueden ser consideradas dentro de la categoría de tipo corriente ya que la estructura y la permanencia es la misma; sin embargo, lo que las hace diferentes es que las viviendas básicas carecen de alguna de las cuatro instalaciones identificadas como esenciales en la categoría de tipo corriente.

VIVIENDAS-NÚCLEO

En muchos países los recursos no son suficientes para construir las viviendas necesarias para la población, es por esta razón que se crean las viviendas-núcleo, las cuales se definen como construcciones que cuentan solamente con una unidad sanitaria con baño y retrete, y aunque se le pueden añadir en etapas posteriores los demás elementos que integran una vivienda corriente o básica, en el censo no se les considera dentro de estas categorías. Se recomienda que este tipo de viviendas se enumeren en el censo como viviendas corrientes si tienen construido por lo menos un cuarto y que se cuenten como viviendas-núcleo las que no han llegado a esa etapa de construcción. También es necesario que se tomen las medidas necesarias para que las instalaciones disponibles en estas viviendas puedan ser relacionadas al elaborarse los datos del censo.

VIVIENDAS SEMIPERMANENTES

Este tipo de viviendas se utilizan en regiones subtropicales, en donde las condiciones climáticas son propicias para utilizar materiales naturales de origen local como: bambú, hojas de palma, paja u otros materiales vegetales análogos. Estas viviendas suelen tener paredes de barro o techo de bálago y cabe prever que tengan una duración limitada (de unos meses a 10 años). Esta categoría tiene por objeto incluir unidades de habitación que son típicas y tradicionales de muchas zonas rurales de trópico. Esas unidades pueden denominarse por ejemplo: cabañas, ranchos o bohíos, entre otros.

2.4. GYPSUM

2.4.1. ORIGEN

<http://www.gypsum-cr.com/laminas.html> La lamina de GYPSUM está hecha a base de roca de yeso pulverizado que se calienta hasta 350°F, para extraerle las 3/4 partes de agua química que posee. Todos los elementos que componen la lámina no son combustibles y no producen gases tóxicos. Además se producen utilizando estándares internacionales como los de ASTM (Es la mayor organización científica y técnica para el establecimiento y la difusión de normas relativas a las características y prestaciones de materiales, productos, sistemas y servicios.) para garantizar su calidad.

La lamina tiene un tamaño Standard de 1.22 x 2.44. También se encuentra disponible en grosores de 1/2" y de 5/8

2.4.2. USOS DEL GYPSUM

<http://www.tecnigypsum.com/es/productos/laminas/gypsum.php>
Las láminas de GYPSUM se pueden colocar sobre estructuras de madera o de metal. También se pueden usar para recubrir superficies de concreto o de madera ya existentes. En este caso, las superficies deben ser lisas y estar bien niveladas para evitar irregularidades en el acabado final. Antes de colocar el forro en cielos o paredes, se recomienda que las áreas donde se va a trabajar estén techadas. Si se va a colocar terrazo en el piso, pegue primero el terrazo y luego instale la pared.

2.4.3. CARACTERÍSTICAS DEL GYPSUM

<http://www.tecnigypsum.com/es/productos/laminas/gypsum.php>

Se comportan en forma acústica, Son anti-inflamables, No se las come el comején, Son ideales para hacer detalles Fáciles y rápidos de instalar. Permite que las juntas queden desapercibidas. Máximo aprovechamiento y menos desperdicio. Excelentes acabados.

2.4.4. VENTAJAS DE GYPSUM

http://www.warcpanama.com/portal/index.php?option=com_content&id=27%3Aventajas&cantid=7%Aart&Itemid=35

- El uso de las planchas de yeso resulta en una construcción más eficiente. Permite una instalación y pintado rápido
- Los muros y falso techos de este material son excelente aislantes de la transición de sonidos
- Se adapta a cualquier forma o dimensión.
- Las remodelaciones y los cambios son mucho más fáciles que en sistemas tradicionales.
- Niveles de aislamiento térmico y acústico que se pueden controlar de acuerdo a las necesidades de cada espacio.
- El sistema no es combustible. Sus componentes no contribuyen a la combustión.
- Es inmune a hongos, plagas y roedores.
- Es liviano, pesa mucho menos que otros sistemas constructivos tradicionales. Al ser más liviano, reduce el dimensionamiento de la estructura.
- Es rápido. Menor tiempo de ejecución se traduce en menor costo financiero.
- Produce muy poco desperdicio lo que representa un ahorro substancial en retiro de escombros y limpieza de obra.
- Es más limpio que otros sistemas constructivos. Dado que el sistema es en seco, no hay aporte de humedad durante la construcción.
- No requiere de herramientas sofisticadas.
- Las superficies aceptan una gran gama de acabados y revestimientos.

2.4.5. DESVENTAJAS DE GYPSUM

<http://es.scribd.com/doc/111199870/Gypsum>

- Se debe exponer a humedad excesiva o extremas temperaturas
- Las planchas de yeso no se recomienda donde la temperaturas exceda los 212°F (52°C) durante prolongados periodos de tiempo.

2.5. DISEÑOS EN INTERIORES DE VIVIENDAS

2.5.1. DEFINICIÓN

<http://artedisenointeriores.glogspot.com/2009/05/definicion-de-diseno-de-interiores-en.html> El diseño de interiores es un proceso que implica la aplicación de artes aplicadas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, donde diseño se define como el proceso previo de configuración mental, creación y desarrollo, "pre-figuración" en la creación de un espacio.

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales y estéticas. Esto necesita de numerosas fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto. Además comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas.

2.6. ACABADOS DE INTERIORES EN GYPSUM

2.6.1. REMODELACIÓN

<http://casa.univision.com/remodelacion/> La remodelación a menudo es ampliamente usada para describir cualquier tipo de cambio a una casa existente. Técnicamente, es más exacto decir que remodelar

significa cambiar el carácter de una casa o una parte de una casa. Así podría convertirse un espacio oscuro en un dormitorio principal o un estudio.

2.7. ADMINISTRACIÓN

2.7.1. DEFINICIÓN

(DAFT, 2010, pág. 8) *“La administración es el logro de las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente mediante la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”*

Es un proceso que consiste en las actividades como son la planeación, organización, dirección y control para llegar a alcanzar los objetivos establecidos o propuestos, utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas.

2.8. PROCESO ADMINISTRATIVO

2.8.1. PLANIFICACIÓN

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 150) *“Un plan es la disposición bien ordenada de lo que es necesario efectuar para alcanzar los objetivos fijados. Debe identificar los recursos necesarios, las tareas a ejecutar, las acciones a emprender y los tiempos en que se deben cumplir”*

La planeación consiste en elegir la misión y objetivos y las acciones para llevar a cabo aquella y alcanzar estos y requiere que se tomen decisiones.

2.8.2. ORGANIZACIÓN

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 171) “La organización se refiere a estructura, a como debe ser las funciones, jerarquías y actividades. Nos dicen en concreto y quien va hacer cada tarea para lograr los objetivos. La importancia de la organización radica en el enlace entre la mecánica y dinámica administrativa, o sea, entre los aspectos teóricos y prácticos de la administración”.

La organización supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa.

2.8.3. DIRECCIÓN

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 180) “Dirigir es pues, el proceso de orientar, guiar, conseguir e interpretar los planes para las personas y dar las instrucciones acerca de cómo ejecutar y garantizar la consecución de los objetivos a través de la actividad de las personas”

Es dirigir, influir en las personas para que contribuyan a la organización y a las metas de grupo.

2.8.4. CONTROL

(PALACIO ACERO, 2012, pág. 222) “Es la medición de los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente con el fin de restringir, regular, corregir, mejorar y formular nuevos planes. En síntesis consiste en la recolección sistemática de datos para conocer la realización de los planes”.

Es función de medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes.

2.9. CONTABILIDAD

2.9.1. DEFINICIÓN

(BRAVO VALDIVIESO, 2013, pág. 1) *“Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer la situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”.*

Tomando las palabras de los autores antes mencionados, podemos decir, que la contabilidad es una ciencia y a la vez un arte que nos permite conocer la situación actual tanto económica como financiera de una empresa dentro de un periodo contable, para la toma de decisiones oportunas.

2.9.2. IMPORTANCIA

(SARMIENTO R., 2008, pág. 5) *“Permite conocer la real situación económica-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva solo se tiene una idea aproximada de la situación financiera de la empresa, es decir en forma empírica”*

Esta técnica nos permite conocer con exactitud la situación actual económica financiera de una empresa, mediante registros contables que nos proporcionen información necesaria que no sea empírica sino real.

2.9.3. CONTABILIDAD DE COSTOS

(SARMIENTO, 2010, pág. 10) *“La contabilidad de costos, es una rama especializada de la Contabilidad General, con procedimientos y principios contables aplicados a la producción para llegar a determinar el costo de un artículo determinado”.*

La contabilidad de costos es un sistema que permite determinar los costos incurridos de modo real en el transcurso que se van desarrollando las actividades de producción.

2.9.4. COSTOS

(SARMIENTO, 2010, pág. 11) *“Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es el valor recuperable e inventariable”.*

El costo en sí es la suma de todos los gastos que incurre un bien o servicio durante un proceso determinado, que se le adiciona, con la finalidad de generar utilidad

2.9.5. ELEMENTOS DEL COSTO

(SARMIENTO, 2010, pág. 11) *“Para que un artículo sea producido o transformado, necesariamente debe contener tres elementos del costo:*

- *Materia prima directa o materiales indirectos*
- *Mano de obra directa o trabajo directo*
- *Costos indirectos de fabricación o costos generales de fabricación, Carga Fabril, etc.”*

Los elementos del costo comprenden todos los factores que están implícitos en el proceso de producción.

- Materia prima directa.- Es el material más importante en la transformación del producto y es fácil de identificar en el producto final.
- Mano de obra directa.- Es el esfuerzo físico de los operarios para llegar a lograr su transformación sea manual o tecnificado o mediante maquinas.
- costos indirectos de fabricación.- Son todos los gastos inmersos en la producción de forma indirecta.

2.10. PROCESO CONTABLE

(BRAVO VALDIVIESO, 2013, pág. 33) *“El proceso contable se refiere a todas las operaciones y transacciones que registra la contabilidad en un periodo determinado, regularmente el año de calendario o ejercicio económico, desde la apertura de los libros hasta la preparación y elaboración de los estados financiero”.*

Procesos contables es el conjunto de fases que siguen un proceso, que tiene secuencia de la información contable y empieza desde el origen de la transacción hasta la presentación de estados financieros.

El ciclo contable no es más que pasos o etapas que se debe realizar dentro de la contabilidad y son los siguientes: Documentos básicos de información, Estado de Situación Inicial, Libro Diario, Libro Mayor, Libros Auxiliares, balance de Comprobación, Hoja de Trabajo, Ajuste y Resultados, Cierre de Libros, Estados de Situación Financiera.

2.10.1. LIBRO DIARIO

(ANZOLA ROJAS, 2010, pág. 269) *“El diario general o libro de asientos es un registro cronológico que muestra para cada transacción el movimiento que ocurrió o el análisis contable de cada operación, transcrito en sus totalidad. También se le conoce con el nombre de asiento diario”*

El libro diario nos permite registrar las transacciones o movimientos que realiza la empresa de forma cronológica, esto quiere decir que se va registrando conforme va sucediendo en el tiempo.

2.10.2. LIBRO MAYOR

(ANZOLA ROJAS, 2010, pág. 274) *“El mayor es el registro cronológico de las transacciones que se anotan en una gran cuenta llamada T, en la que los saldos positivos de los activos aparecen a la izquierda, mientras que los saldos positivos del pasivo y capital contable aparecen a la derecha.*

Así, todo aumento de los activos de la empresa aumenta el total de la izquierda y toda la disminución se reflejara en una reducción al total del lado izquierdo de la cuenta T. Contrariamente, todo lo que aumente el pasivo o el capital contable incrementa el total del lado derecho de la cuenta T. y viceversa”

El mayor o cuenta T, es donde se registran todas las cuentas de activos pasivos y patrimonio, en la columna izquierda se registran cuentas deudoras y en la columna derecha cuentas acreedoras, en donde al totalizar se verifica los saldos reales que tienen las cuentas.

2.10.3. BALANZA DE COMPROBACIÓN

(ANZOLA ROJAS, 2010, pág. 275) *“Esta es una cedula (o cuadro) que contiene una lista con los nombres y los saldos de todas las cuentas del mayor (cuenta T), solo que los saldos deudores son asentados en la columna izquierda y los acreedores en la de la derecha (conservando el lugar que aparece los saldos de las cuentas T). Por lo cual ambas columnas arrojan sumas iguales (todo lo que entro debe ser igual a lo que salió).”*

Una vez que se a obtenidos todos los saldos de las cuentas T, se elabora la balanza de comprobación, en donde constarán todas las cuentas afectadas y sus saldo respectivos, tanto del debe como del haber, con esto se podrá comprobar si los movimientos registrados en el mayor se lo ha hecho de manera correcta, ya se obtendrá la igualdad de saldos en las dos columnas.

2.10.4. HOJA DE TRABAJO

(JUÁREZ VALDÉS, 2012, pág. 85) *“Otro instrumento que usan los contadores es la denominada hoja de trabajo, la cual es un documento (de trabajo) que utiliza la empresa para generar un borrador de sus estados financieros”.*

Se dice que es el primer borrador de los estado financieros porque permite a los ejecutivos de la empresa ver el efecto que tiene los ajustes de las transacciones ordinarias que se registraron normalmente durante el periodo contable en los libros diario y mayor”

La hoja de trabajo también se le conoce como hoja borrador, en donde constan los registros de la mayorización, ajustes, saldos ajustados,

estado de resultados y el balance general o estado de situación financiera.

2.10.5. ESTADOS FINANCIAROS

(SARMIENTO R., 2008, pág. 245) *“Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica-financiera de la empresa”.*

Son informes donde se detalla las cifras finales del manejo de las cuentas de la empresa, para dar a conocer la situación actual de la misma.

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

(SARMIENTO R., 2008, pág. 246) *“Es aquel que demuestra la situación económica financiera al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso”.*

Es un informe contable en donde se detalla monetariamente los activos, pasivos y patrimonio y por ende demuestra claramente la situación real económica-financiera de la empresa.

ESTADO DE RESULTADOS

(SARMIENTO R., 2008, pág. 245) *“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos en base a este estado, se puede medir el rendimiento que ha generado la actividad de la empresa”.*

El estado de resultados nos ayuda a conocer con exactitud la utilidad o pérdida del ejercicio económico de un periodo determinado.

FLUJO DE EFECTIVO

(ANZOLA ROJAS, 2010) “Otro estado financiero mencionado en las normas de información financiera es el llamado flujo de efectivo, ya que es un formato más sencillo, con la idea de observar la practicidad de dicho estado financiero”.

El flujo de efectivo es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

2.10.6. COSTO CAPITAL

(MESA OROZCO, 2010, pág. 229) “El costo de capital es el costo promedio ponderado de las fuentes que financian una empresa o un proyecto de inversión, los recursos requeridos para financiar la inversión inicial del proyecto, cualquiera sea la fuente que los provean, tiene un costo, el cual debe ser pagado por el proyecto. Cuando la inversión inicial del proyecto se financia con recursos propios, el costo de estos recursos es a tasa de oportunidad del inversionista, también conocida como costo de capital simple”.

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se debe tomar en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que la inversión esta diferenciada en inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto.

Fórmula de cálculo:

$$TMAR = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

Simbología:

Ck = Costo de oportunidad

Rp = Inflación promedio de los últimos cinco años

2.10.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

(MESA OROZCO, 2010, pág. 149) *“El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia entre los ingresos y egresos en pesos de la misma fecha”.*

El VAN se le conoce como un indicador financiero que mide el comportamiento de un proyecto actual, y los futuros ingresos y egresos que tendrá, para determinar, un resultado.

- Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -P + \frac{FNE + VS}{(1 + i)^{\wedge}}$$

Simbología:

FNE = Flujo Neto de Efectivo

i =Tasa de Rendimiento

-P = Inversión inicial

VS = Valor de salvamento

^ = Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión

El VAN es el método conocido y aceptado que tiene el propósito de medir la rentabilidad de un proyecto en valores monetarios después de recuperar toda la inversión.

Para ello calcula el valor actual de todos los flujos de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Interpretación:

Si el $VAN > 0$, mostrará cuanto se gana con el proyecto.

Si el $VAN = 0$, la rentabilidad es igual a la tasa i que se quería lograr sobre el capital invertido, y

Si $VAN < 0$, muestra el monto que falta para ganar la tasa i que se quería.

2.10.8. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

(SAPAG CHAING, 2008, pág. 323) *“El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”.*

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento de un proyecto de inversión, permite que el financiamiento sea igual a la inversión ($VAN = 0$). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el financiamiento sea menor que la inversión ($VAN > 0$).

La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es

la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

Para hallar la TIR es importante tener:

- Tamaño de inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.

2.10.9. COSTO- BENEFICIO:

(VACA URBINA, 2013, pág. 212) *“Una forma alternativa de evaluar económicamente un proyecto, es mediante el método costo-beneficio, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Si se quiere que el método tenga una base sólida, tanto costos como beneficios deberán estar expresados en valor presente. No se trata entonces de sumar algebraicamente todos los costos por un lado, y los beneficios del proyecto por otro lado, sin considerar el cambio del valor del dinero a través del tiempo”:*

El análisis del costo – beneficio se lo realiza mediante valores mayores o menores como se muestra a continuación:

- $\text{Costo} / \text{Beneficio} > 1$; significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable
- $\text{Costo} / \text{Beneficio} = 1$; significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyectos es indiferente.
- $\text{Costo} / \text{Beneficio} < 1$; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

2.10.10. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

(CÓRDOVA PADILLA, 2011, pág. 234) *“El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivos de cada año hasta que el costo inicial del proyecto del capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total del tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación”.*

Período de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Su fórmula es:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

2.10.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

(MESA OROZCO, 2010, pág. 138) *“El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de venta en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación. Es un mecanismo para determinar el punto en que las ventas cubrirán exactamente los costos totales. El punto de equilibrio es también conocido como relación Costo-Volumen-Utilidad, y hace énfasis en los diferentes factores que afectan la utilidad. El punto*

de equilibrio permite determinar el número mínimo de unidades que deben ser vendidas o el valor mínimo de las ventas para operar sin pérdidas”.

El punto de equilibrio es cuando los ingresos totales de una empresa son iguales a los costos de producción. El punto de equilibrio es importante dentro empresas u organizaciones para determinar la futura rentabilidad resultado de vender un determinado producto. Para calcular este punto es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos.

2.11. DEFINICIÓN DE LA 4 P

2.11.1. PRODUCTO

(TORRES TIRADO, 2011, pág. 96) *“Conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades. No es necesario que el producto contenga un atributo necesariamente, solo basta con el consumidor crea que lo tiene”.*

Es un conjunto de particularidades que puede ser tangible o intangible y este se lo adquiere para satisfacer una necesidad del consumidor.

2.11.2. PRECIO

(TORRES TIRADO, 2011, pág. 122) *“El precio representa el valor de intercambio de un bien expresados en términos monetarios. En este sentido, el precio mide el sacrificio monetario que el comprador está dispuesto a realizar para adquirir un bien y el grado de satisfacción obtenido si adquisición”.*

El precio no es más que el valor económico que se facilita a las personas para poder obtener un bien o servicio requerido.

2.11.3. PLAZA

(PRIETO HERRERA, 2013, pág. 50) *“Aunque en el Marketing “la plaza” sería el sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su consumo o uso, no representa lo mismo para la connotación de esta P, que hace énfasis en el sistema logístico de la mercadotecnia”.*

Comprende toda el área en la cual se va a diversificar el producto para una adecuada distribución de la misma haciéndolo como un sistema de ventas y comportamientos.

2.11.4. PROMOCIÓN

(TORRES TIRADO, 2011, pág. 160) *“La promoción de ventas se puede definir como el conjunto de técnicas de marketing distinto de la publicidad y de la FDV, que tiene por objeto estimular mediante acciones a corto plazo de venta de los productos o servicios de la empresa”.*

Son técnicas que utiliza el propietario o gerente de una empresa para incitar la compra de un bien o servicio en un corto plazo.

2.12. MERCADO

2.12.1. DEFINICIÓN DE MERCADO

(SALVATORE, 2009, pág. 57) *“Un mercado es un lugar o conjunto de lugares donde los compradores y vendedores compran y*

venden bienes, servicios y recursos. Existe un mercado para todo bien, servicio y recurso adquirido o vendido en la economía”.

El mercado en sí es el lugar donde los compradores o vendedores pueden comprar y vender un producto, bien o servicio.

2.12.2. TIPOS DE MERCADOS

(ROJAS RISCO, 2013, pág. 176) “La competencia es un factor decisivo en el proceso de la fijación de precios, pero esta actúa de diferente manera, según el tipo de mercados imperantes, que puede ser de cuatro clases.

MERCADO DE COMPETENCIA PURA.

(ROJAS RISCO, 2013, pág. 176) “Es el caso de un mercado en el que los competidores actúan libremente frente a la demanda que ofrecen muchos compradores. Este es un mercado en el que las fuerzas actuales como publicidad, promoción, vendedores, nuevos productos, se movilizan bajo reglas libres pero claras. La fijación de precios no es un problema porque rigen precios regulados. Este es el caso del mercado de víveres, cereales, tubérculos, harinas, azúcar o aceites”

MERCADO MONOPÓLICO.

(ROJAS RISCO, 2013, pág. 177) “Es el caso de vendedores que ejercen el control exclusivo de la fabricación. Otros vendedores tienen igual exclusividad en la oferta de otros productos; mientras que la demanda es variable y se ve obligada a aceptar los precios que los grupos monopólicos imponen. Es común encontrar un mercado monopólico impuesto por el gobierno, en cuyo caso la fijación de precios obedece a políticas y objetivos definidos; por ejemplo, precios bajos para

atraer el consumo, precios altos para frenarlo, o el precio que el mercado pueda tolerar fácilmente”.

MERCADO OLIGOPÓLICO.

(ROJAS RISCO, 2013, pág. 177) “Este es el caso de un mercado caracterizado por un reducido número de vendedores que compiten en la venta de productos exclusivos, generalmente metales y productos derivados del petróleo, productos tecnológicos, tv, computadores, celulares, etc, frente a un número grande de compradores. La fluctuación de precios es común en este mercado y los compradores van de un lado a otro en busca de las ventajas. Este hecho hace al mercado volátil, inseguro y poco atractivo para una estrategia permanente”.

MERCADO INFORMAL.

(ROJAS RISCO, 2013, pág. 177) “El termino informal resulta verdaderamente generoso al referirse a un mercado en el que a menudo impera el contrabando y la piratería, dos plagas que han infestado muchos mercados latinoamericanos y que aparentemente no han atraído la atención de los mercadólogos y tratadistas”. Un precio alto para un libro novedoso y bueno, daría pie para su rápida impresión ilegal, por lo tanto, por un precio bajo es la mejor defensa contra ella”.

2.13. SEGMENTO DE MERCADO

(PRIETO HERRERA, 2013) “Es el proceso de sudividir un mercado en subconjuntos distintos en clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada conjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzara con una estrategia distinta de comercialización”.

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en el desempeño del mismo.

2.14. POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es “La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).”

El PEA comprende las personas mayores de 10 años que trabajan, han trabajado o personas que no están trabajando pero tienen la capacidad y voluntad de hacerlo.

2.15. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA (PEI)

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es “Se consideran personas inactivas todas las personas de 10 años y más, no clasificadas como ocupadas o desocupadas durante la semana de referencia, como rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, entre otros”

Se considera a las personas mayores de 10 años, que no se encuentran clasificadas como ocupadas ni desocupada y sin embargo tienen un ingreso de dinero para lograr satisfacer sus necesidades.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado es un análisis integral a todos los consumidores y clientes a través de la información obtenida para definir las oportunidades y problemas de mercado.

El siguiente estudio de mercado efectuado tiene como finalidad determinar sus consecuentes aspectos partiendo en primer lugar de la identificación del análisis del servicio que se pretende ofrecer, siendo estos los siguientes: la existencia real de la demanda, la identificación de la competencia, la importancia de los mecanismos de mercadeo y ventas previstas, las necesidades que como consumidores tienen en la actualidad, en cuanto a diseños, modelos, remodelaciones y adecuaciones que se den a una vivienda, los costos que implica este servicio, también se identificará la población que se tomará en cuenta para las encuestas como son: las personas que son dueños de casa actualmente, las empresas constructoras y las mobiliarias que estén brindando el servicio de planes de vivienda y por ende estén suministrando dicho bien; una vez obtenido los resultados se podrá realizar proyecciones tanto de ventas, precios, costos, oferta y demanda para establecer estrategias de distribución y construir un flujo de caja que dará una idea general del estado del presente proyecto; a su vez da la oportunidad de desarrollar las metas propuestas y establecer una empresa rentable.

En fin mediante el estudio de mercado se logrará la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad del proyecto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La ejecución del presente proyecto irá enfocada a la prestación de servicios con el objetivo de realizar trabajos de diseño y remodelación en GYPSUM, los cuales serán dirigidos y desarrollados por profesionales especializados en dicha área, mediante un trabajo coordinado entre la parte operativa y administrativa; todo esto se lo hace con el objetivo de alcanzar satisfactoriamente las expectativas del cliente.

3.2.1. DESCRIPCIÓN FÍSICA

La lámina de GYPSUM o yeso se ha usado ampliamente en todo tipo de edificios debido a su gran versatilidad. Es un material que se instala totalmente en seco y constituye una excelente barrera contra el fuego, debido al núcleo de yeso, que es un mineral que no se quema, existen dos tipos de placas, estándares y especiales; las estándares son las más utilizadas y fabrican en distintos espesores de 8mm solo para curvas, 10mm para cielos, 12.5 cielos tabiques y revestimientos y 15, 25mm para tabiques y revestimientos, de largo son de 2.40 3.00m y en anchos entre 1.00, 1.20 y 0.60mm; las especiales son de dos tipos: resistentes a la humedad de color verde para zonas frías como baños, cocinas, lavaderos y están disponibles en espesores de 12.5 y 15mm con un ancho de 1.20m; y las resistentes al fuego de color rojo para tabiques, cielos rasos y revestimientos que tengan alto riesgo de incendio como son: salidas de emergencia de escuelas, hospitales, cines, hoteles, separación de oficinas, frente de ascensores estas están disponible en espesores de 12.5 y 15.00mm.

3.2.2. BENEFICIOS DEL PRODUCTO

Los principales beneficios de las láminas de GYPSUM en general son:

- Posee comportamiento acústico, aislante de sonido superior.

- Son anti-inflamables, anti-comején, hongos, plagas y roedores.
- Se pueden realizar nichos, que reemplazan a los armarios convencionales.
- Se realiza muros divisores con altos valores de clasificación STC, son más delgados que los muros tradicionales, lo cual brinda mayor espacio utilizable en el piso.
- Un material muy económico que puede dar acabado y decoración, menos complicada su instalación, también se realiza enchapes, fachadas flotantes, aleros y ductos para tuberías, se adapta a cualquier forma o dimensión.
- La lámina de GYPSUM puede cortarse haciendo una marca profunda sobre ambos lados de ésta antes de partirlo, o utilizando una sierra manual o eléctrica.
- El promedio de tiempo que necesita para decorar una habitación con GYPSUM es entre 8 y 20 días porque las planchas tienen mayor flexibilidad y la pintura se adhiere rápidamente, contrario de lo tradicional que puede durar hasta 3 meses en construcción y no se garantiza que los acabados sean perfectos.
- Se utiliza en toda clase de proyectos, ya sea en obras nuevas o en remodelación.
- El acero de la estructura es 100% reciclable.

En fin es un material para idear detalles, acabados, con mayor facilidad y rapidez en su instalación.

3.2.3. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

En la actualidad existe en el mercado productos similares al GYPSUM como son: cielorrasos de base seca como: cielorraso metálico, los termo acústicos, los de PVC, los tensados y los de roca de yeso; y los cielorrasos de base húmeda que son aquellos que se mezcla con agua y en obra como es: la cal fina.

3.2.4. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

En el caso del GYPSUM los productos complementarios serán directamente el acero con el que están revestidas estas planchas, también en el caso de instalaciones eléctricas ya que deben de ir por dentro de éstas al igual que en las tuberías porque deben de ir internamente forradas de este material para dar una mejor presentación.

3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda de gypsum para las viviendas, edificaciones, centros comerciales y mini-departamentos en la ciudad de Ibarra y sus proyecciones, análisis de precios, competencia y canales de comercialización.

3.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar el mercado existente de los servicios en GYPSUM de la ciudad de Ibarra.
- ✓ Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado con el servicio de GYPSUM en base a una segmentación de mercado actual.
- ✓ Establecer los gustos y preferencias de los servicios en diseños y construcción de interiores en GYPSUM que se establecerá en la ciudad de Ibarra.

- ✓ Identificar claramente las características del material e insumos que se utiliza para el servicio en GYPSUM.
- ✓ Determinar el recurso humano competente para laborar en la microempresa para el diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

3.3.3. VARIABLES

- ✓ Mercado
- ✓ Comercialización
- ✓ Servicio
- ✓ Materia Prima e Insumos
- ✓ Recurso Humano

3.3.4. INDICADOR POR VARIABLES

MERCADO

- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Materia prima
- ✓ Competencia

COMERCIALIZACIÓN

- ✓ Aceptación del producto
- ✓ Canales de comercialización
- ✓ Publicidad

SERVICIO

- ✓ Preferencias por el servicio

- ✓ Ubicación de la Empresa
- ✓ Variedad de diseños

MATERIA PRIMA E INSUMOS

- ✓ Precio
- ✓ Variedad
- ✓ Calidad
- ✓ Herramientas e insumos necesarios para la ejecución del servicio

RECURSO HUMANO

- ✓ Conocimientos
- ✓ Capacitación
- ✓ Experiencia

3.4. MATRÍZ DE RELACIÓN DE MERCADO

CUADRO No. 09

MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
<ul style="list-style-type: none"> Analizar el mercado existente de los servicios en GYPSUM de la ciudad de Ibarra. 	- Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta - Demanda - Materia prima - Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria - Primaria - Secundaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta - Entrevista - Internet - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Negocios comerciales - Dueños de casa - Negocios comerciales - Páginas Web - Negocios comerciales
<ul style="list-style-type: none"> Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado con el servicio de GYPSUM en base a una segmentación de mercado actual. 	- Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptación del producto de - Canales de comercialización - Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Encuesta - Entrevista - Encuesta - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Dueños de casa - Dueños de casa - Negocios comerciales - Dueños de casa - Negocios comerciales
<ul style="list-style-type: none"> Establecer los gustos y preferencias de los servicios en diseños y construcción de interiores en GYPSUM que se establecerá en la ciudad de Ibarra. 	- Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencias por el servicio - Ubicación de la Empresa - Variedad de diseños 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Encuesta - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Dueños de casa - Dueños de casa - Experto

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
<ul style="list-style-type: none"> Identificar claramente las características del material e insumos que se utiliza para el servicio en GYPSUM. 	<ul style="list-style-type: none"> Materia Prima e Insumos 	<ul style="list-style-type: none"> Precio Variedad Calidad Herramientas e insumos 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria Primaria Primaria Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Encuesta Entrevista Entrevista Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Negocios comerciales Dueños de casa Negocios comerciales Negocios comerciales Experto
<ul style="list-style-type: none"> Determinar el recurso humano competente para laborar en la microempresa para el diseño y construcción de interiores en GYPSUM. 	<ul style="list-style-type: none"> Recurso Humano 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimientos Capacitación Experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria Primaria Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Experto Negocios comerciales Experto Negocios comerciales

ELABORADO POR: Las Autoras

FUENTE: INEC

3.5. MECÁNICA OPERATIVA DE ESTUDIO DE MERCADO

3.5.1. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS

- a) Identificación de la Población Y Muestra
- b) Procesamiento de Datos
- c) Tabulación de Información, sistematización y Análisis

a) IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

✓ POBLACIÓN INVESTIGADA

La población objeto de la investigación serán datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra, correspondiente al Censo de Viviendas del año 2013 de los dueños de casa de sector urbano de la ciudad de Ibarra, distribuida en cinco parroquias; dando un total de casas de 19.037 de las cuales se tomará en cuenta para el proyecto solo las personas que tienen la capacidad de adquirir tales servicios de parroquias del Sagrario y San Francisco, se ha segmentado estas dos parroquias porque se considera aquí existen dueños de casa que pueden adquirir este servicio por tener un nivel de vida media alta y alta, esta información será necesaria para dar inicio a este proyecto ya que posiblemente será la futura demanda de la empresa mencionada.

CUADRO No. 10
VIVIENDAS POR PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

TOTAL VIVIENDA	PARROQUIAS	DISTRIBUCIÓN POR PARROQUIAS
19.037	Caranqui	3.807
	Alpachaca	1.904
	San Francisco	7.615
	El Sagrario	3.807
	Priorato	1.904
TOTAL VIVIENDA		19.037

ELABORADO POR: Las Autoras

FUENTE: MUNICIPIO DE IBARRA

CUADRO Nº 11
POBLACIÓN INVESTIGADA

TOTAL POBLACIÓN	PARROQUIAS	NRO. DE VIVIENDAS	Nivel 1	Nivel 2	TOTAL UNIVERSO
11.422	San Francisco	7.615	30%	70%	
			2.285	5.531	5.531
	El Sagrario	3.807	40%	60%	
			1447	2.284	2284
TOTAL UNIVERSO					7.815

ELABORADO POR: Las Autoras

FUENTE: INEC

Basándonos en el cuadro de información mostrado anteriormente, el presente proyecto estará dirigido a los dueños de casa que cuenta con un nivel de vida media alta y alta de acuerdo a los datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra dando como población universo un total de 7.815 viviendas, que corresponde al 71% de la población investigada ya que ellos son las personas que están en la capacidad de adquirir dicho servicio.

✓ **CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONAL**

Para la determinación del tamaño de la muestra hemos escogido trabajar con un nivel de confianza del 95% y con un error del 5%, además se aplicó la técnica de la encuesta, la misma que se la realizó a los dueños de casa de la ciudad Ibarra.

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

FORMULA:

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta}{E^2 (N - 1) + Z^2 * \delta}$$

N= Tamaño de la población = 7.815

n= Tamaño de la muestra = ?

δ = Probabilidad de que ocurra o no un evento = 0,25

Z= Nivel de confianza	=	1.96
E= Error Muestra	=	(5% = 0.05)

$$n = \frac{7.815 * (1.96)^2 * 0,25}{(0.05)^2 (7.815 - 1) + (1.96)^2 * 0.25}$$

$$n = \frac{7505,526}{20,4954}$$

$$n = 366,2053924$$

$n = 366$ Encuestas a aplicar

La población a ser encuestada es de 366 personas que viene a ser la muestra representativa del total de la población, las cuales serán un aporte muy importante y significativo para la investigación.

b) PROCESAMIENTO DE DATOS

✓ DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ENCUESTAS

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en recolectar información primaria mediante la utilización cuestionarios prediseñados y aplicados a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística para obtener resultados y establecer datos estadísticos sobre un tema específico.

En este caso para la obtención de la información primaria se realizó una encuesta con el fin de determinar la demanda insatisfecha, la forma y la disponibilidad del servicio en el mercado existente, así como también el

nivel de aceptación y la factibilidad para la creación de una empresa de servicios en GYPSUM en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

ENTREVISTA

La entrevista es una técnica de investigación para recolectar información primaria; convirtiéndose este cuestionario en el elemento básico, de donde se determinará los resultados, que se pretende conocer. A través de este instrumento se propone conocer o determinar información específica de un tema determinado. En este caso se lo hace con el objeto de realizar un estudio de mercado. Los resultados de este instrumento, ayudara a saber si es factible o no la propuesta de este proyecto y la forma de llevarlo a cabo.

La entrevista se aplicó a los locales comerciales y expertos en el tema.

c) TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN E INTERPRETACIÓN O ANÁLISIS

✓ ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS DE CASA DE LA CIUDAD DE IBARRA

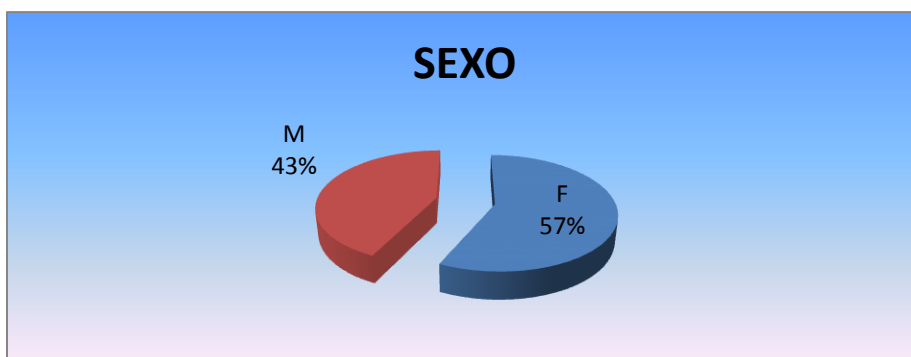
Objetivo: La presente encuesta es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

Sexo de las personas a quien se aplicó la encuesta.

CUADRO No. 12

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	209	57%
Masculino	157	43%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 3



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

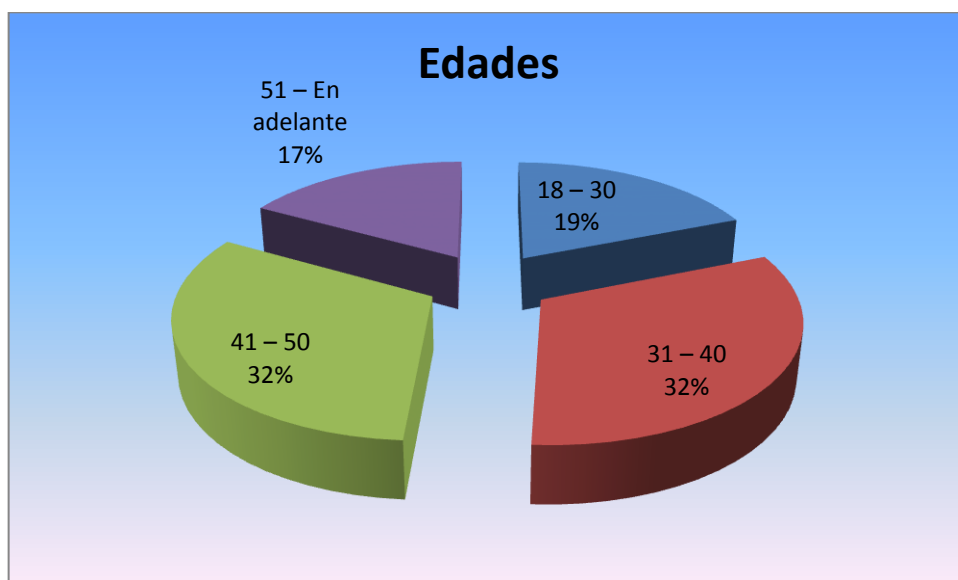
Una vez aplicada la técnica de la encuesta a los dueños de casa del sector urbano de la ciudad de Ibarra, se determinó que la mayoría de personas encuestadas son de sexo femenino de acuerdo a como se presenta en el gráfico anterior y un porcentaje menor fueron de sexo masculino.

Edades de las personas que se les aplicó la encuesta.

CUADRO No. 13

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 30	70	19%
31 – 40	117	32%
41 – 50	117	32%
51 – En adelante	62	17%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 4



ELABORADO POR: La autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

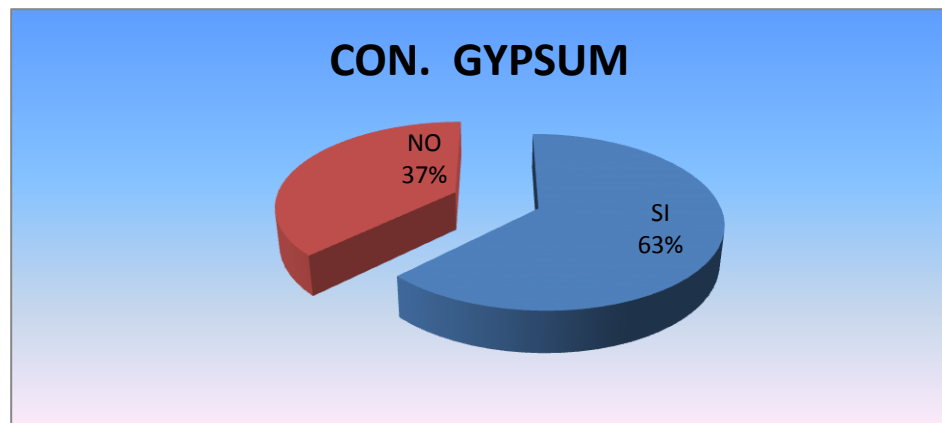
La encuesta nos detalla que existe un pequeño porcentaje de personas comprendidas entra las edades de 51 años en adelante, entra las edades de 18 a 30 años se alza el porcentaje y de igual porcentaje se encuentran las edades entre 31 a 40 años y 41 a 50 años.

Pregunta 1 ¿Tiene conocimientos sobre los acabados en GYPSUN?

CUADRO No. 14

CONOCIMIENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	231	63%
No	135	37%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 5



ELABORADO POR: La autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

Se considera una pregunta importante, debido a que es necesario determinar si los dueños de casa del sector urbano de la ciudad de Ibarra, conocen o no sobre los servicios de diseños y acabados en GYPSUM. Una vez aplicada la técnica de la encuesta se logró determinar que un alto porcentaje correspondiente que nos dice que no tiene conocimientos, mientras que un mínimo porcentaje si saben de la existencia de estos servicios.

Pregunta 2 ¿Conoce de empresas o personas que brinden servicios en GYPSUM en la ciudad de Ibarra?

CUADRO No. 15

CONOCE EMPRESAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	249	68%
Poco	117	32%
Bastante	0	0%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 6



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

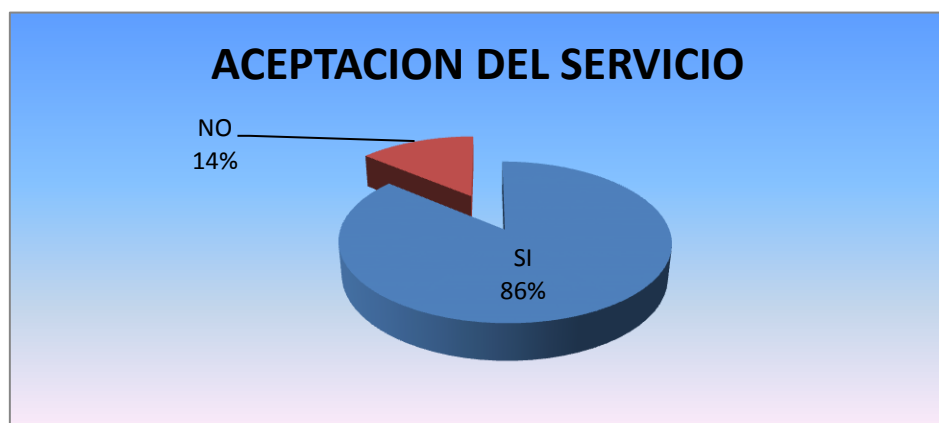
En relación a la pregunta las personas manifiestan que no conocen de empresas ni personas que presten este tipo de servicio, lo cual es la mayoría, muy pocos tienen conocimiento de ello y la mayoría que es el indicador bastante, la razón para ello es que no existen muchas empresas o personas que presten el servicio de acabados de interiores en GYPSUM aquí en la ciudad de Ibarra.

Pregunta 3 ¿Le gustaría adquirir el servicio de GYPSUM para instalar en su vivienda en algún momento?

CUADRO No. 16

ADQUIRIR SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	315	86%
No	51	14%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 7



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

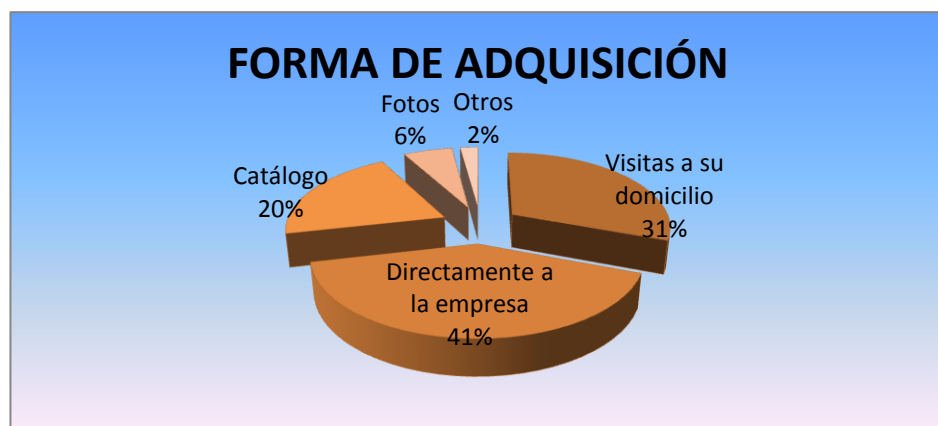
Esta pregunta es de gran importancia, ya que es indispensable para el proyecto saber el nivel de aceptación del servicio en la ciudad de Ibarra, después de haber aplicado la encuesta se ha logrado obtener un resultado positivo ya que un gran porcentaje de las personas encuestadas si les gustaría adquirir el servicio en GYPSUM por ser algo innovador, de acuerdo al cuadro podemos ver que existe un mínimo porcentaje que no les gustaría, debido a que sus viviendas ya están satisfactoriamente acabadas.

Pregunta 4 ¿De qué forma le gustaría obtener los servicios en GYPSUM?

CUADRO No. 17

FORMA DE ADQUISICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Visitas a su domicilio	102	28%
Directamente a la empresa	139	38%
Por catálogo	84	23%
Por fotos	33	9%
Otros	7	2%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 8



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

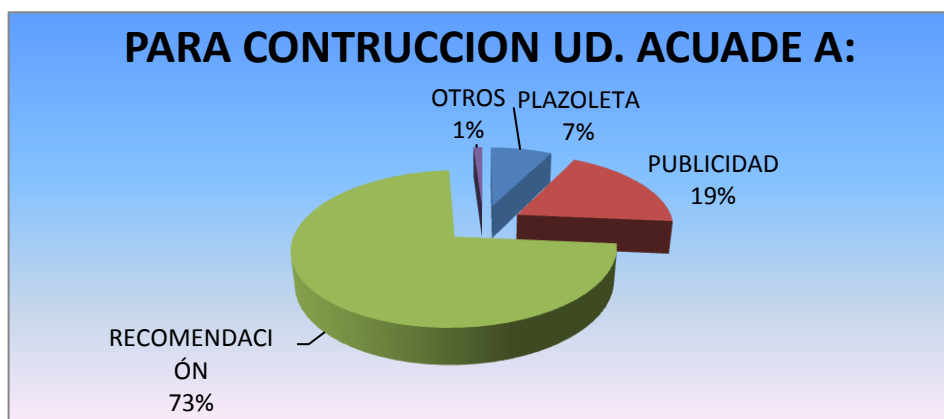
En relación a la pregunta las de personas manifiestan que les gustaría obtener los servicios por otros medios, como por medio de fotos, por medio de un catálogo, por medio de visitas a su domicilio y le gustaría obtener el servicio directamente yendo a la empresa para ver en vivo los trabajos que se están ofreciendo, palpar la calidad y ver como realmente va a quedar en su vivienda, por ello se tendrá que establecer un lugar de inicio para la microempresa y de este modo empezar a prestar los servicios

Pregunta 5. Para adquirir un servicio de reconstrucción o remodelación en su vivienda ¿A qué medio acudiría usted?

CUADRO No. 18

SERVICIO CONSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plazoleta	26	7%
Publicidad	70	19%
Recomendación	267	73%
Otros	4	1%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 9



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

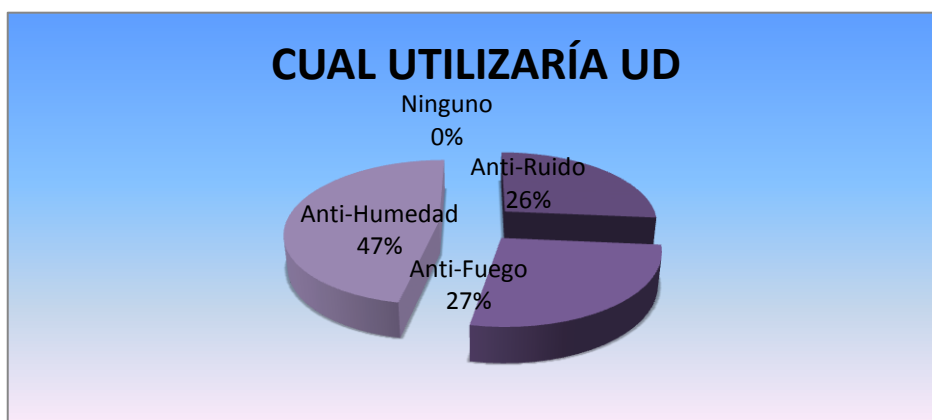
Mediante esta pregunta se pretende conocer el mecanismo más indicado, por medio del cual se podría llegar al cliente para propagar el servicio, es decir que se tomara en cuenta el medio que más prefieren las personas para la utilización del servicio de construcción y reconstrucción de viviendas. En las encuestas realizadas un alto porcentaje hace mediante recomendación, también lo hacen mediante publicidad, y otros acuden a la plazoleta y muy pocas personas lo hacen por otros medios como el internet.

Pregunta 6 ¿Qué tipo de material en GYPSUM utilizaría usted según su necesidad?

CUADRO No. 19

CUÁL UTILIZARÍA USTED	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Material anti- Ruido	95	26%
Material anti-Fuego	99	27%
Material anti- Humedad	172	47%
Ninguno	0	0%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 10



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

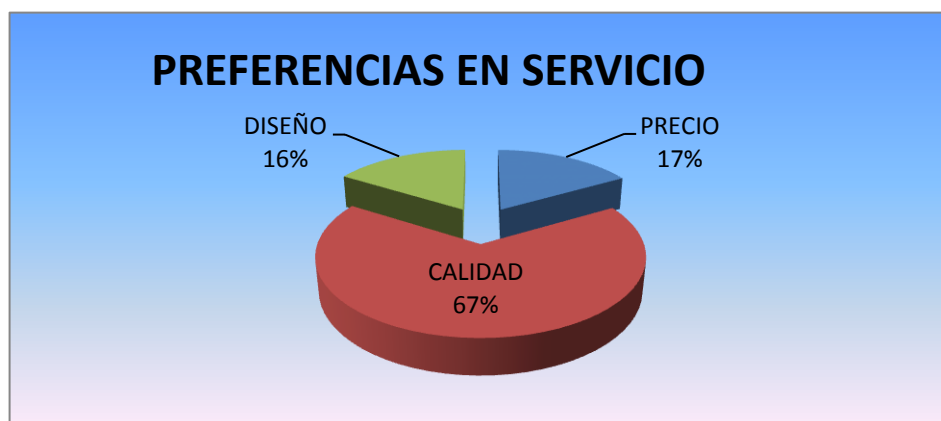
En relación a la pregunta unas personas manifiestan que les gustaría obtener el material anti-ruido, otras prefieren el material anti-fuego, y otros el material anti-humedad. Este es el que más tiene acogida en el mercado, porque se está dando mucho el problema de humedad en las viviendas y un porcentaje menor dio en el indicador ninguno, se da por dicho que todas las personas siempre van a tener preferencia por alguno de nuestros materiales.

Pregunta 7. ¿A que le daría preferencia usted al realizar una remodelación o decoración en su vivienda?

CUADRO No 20

PREFERENCIA EN REMODELACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	62	17%
Calidad	267	62%
Diseño	59	16%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 11



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

Con la aplicación de esta pregunta se busca determinar la preferencias y expectativas, que son de mayor relevancia al momento de realizar una remodelación o decoración en las viviendas, después de haber aplicado la encuesta se ha determinado que la mayoría le da más importancia a la calidad, el porcentaje bajo al diseño en el acabado de los interiores de su vivienda, e igual porcentaje mínimo le da importancia al precio.

Pregunta 8 ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada una empresa que tenga este tipo de servicio?

CUADRO No 21

UBICACIÓN DE LA EMPRESA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el centro de la ciudad	285	78%
Plaza Shopping Center	29	8%
En las afueras de la ciudad	51	14%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 12



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

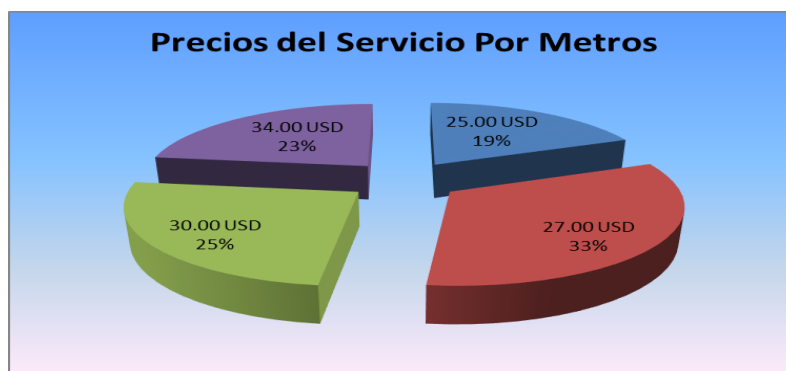
En relación a la pregunta un pocos prefiere que la microempresa este ubicada en las afueras de la ciudad, la minoría prefiere que este ubicada en la plaza shopping center y un alto porcentaje que esté en el centro de la ciudad por mayor asequibilidad de todos, por ello nos vemos en la necesidad de establecer la microempresa en una zona central, que tengan acceso a todos los posibles demandantes.

Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio en GYPSUM?

CUADRO No 22

CUÁNTO PAGARÍA UD.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25.00 USD	70	19%
27.00 USD	121	33%
30.00 USD	92	25%
34.00 USD	84	23%
TOTAL	366	100%

GRÁFICO No. 13



ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

ANÁLISIS:

Se ha aplicado esta pregunta con el objetivo de determinar la capacidad y disponibilidad de pago que va a tener el servicio de decoración en GYPSUM en la ciudad de Ibarra, tomando en cuenta que existen dos tipos de calidad en el material: uno que es de mediana calidad y el otro que es de alta calidad aplicando los mismos diseños. Los resultados de la encuesta fueron el pequeño porcentaje de las personas encuestada prefieren pagar por un servicio de diseño sencillo con material de mediana calidad, un alto porcentaje prefiere pagar por un servicio de diseño exclusivo de mediana calidad, el casi en igual porcentaje prefieren pagar por un diseño sencillo con material de alta calidad, y un diseño exclusivo con material de alta calidad.

✓ RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS

Objetivo: La presente entrevista es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

1.- ¿De qué forma usted contacta personal capacitado para desarrollar este trabajo?

Por lo general se encuentra el personal en los locales comerciales donde se adquiere las planchas de GYPSUM, también se lo hace por medio de recomendación de contactos de maestros que tienen conocimientos de este tipo de instalación.

2.- ¿Cuáles son las herramientas e insumos que se utiliza para realizar el trabajo en GYPSUM?

- ✓ Atornilladora
- ✓ Pistola de impacto
- ✓ Cinturón porta herramientas
- ✓ Tijera de cortar placas
- ✓ Flexo metro
- ✓ Lápiz
- ✓ Estilete o navaja para cortar placas
- ✓ Escuadra
- ✓ Serrucho
- ✓ Martillo
- ✓ Alicata
- ✓ Pinzas
- ✓ Cepillo o raspa
- ✓ Clan de presión

3.- ¿Cómo se logra obtener los conocimientos, capacitaciones y experiencia necesaria para desarrollar este tipo de trabajo en GYPSUM?

Para lograr adquirir los conocimientos necesarios y garantizar el servicio, se debe seguir un proceso de aprendizaje ya que se trata de una actividad artesanal; se empieza por ser oficial o ayudante de un maestro capacitado en la instalación de GYPSUM, su avance lo realizará poco a poco dependiendo de su capacidad de aprendizaje en base a la guía del maestro que esté al frente de la obra, con el transcurso del tiempo se puede determinar la experiencia ya que los años que le dedica a esta actividad hacen que tenga un dominio en el desarrollo del proceso de la misma, de vez en cuando también se logra obtener conocimiento a través de capacitaciones ocasionales que brindan los negocios comerciales que comercializan las planchas de GYPSUM.

4.- ¿En base a que parámetros usted determina los precios de su trabajo finalizado?

- ✓ Por metro cuadrado
- ✓ De acuerdo al diseño
- ✓ Dependiendo de la competencia para no exagerar precios
- ✓ Depende la ubicación del diseño y el riego que se tenga

5.- ¿Qué variedad existe en cuanto a diseños de acabados en GYPSUM y cuáles son los diseños que más le solicitan?

La variedad se basa principalmente en los gustos y presencias del cliente.

- ✓ Diseños en forma de óvalos
- ✓ Diseños en forma de círculos con iluminación indirecta
- ✓ Cajas cuadradas con iluminación indirecta
- ✓ Cajas perimetrales
- ✓ Cúpulas en las alturas de gradas
- ✓ Paredes con nichos
- ✓ División de espacios y cornisas

ENTREVISTA DIRIGIDA A NEGOCIOS COMERCIALES

Objetivo: La presente entrevista es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

1. ¿Qué variedad ofrece en su local en cuanto a planchas de GYPSUM?

Dimensiones: 2,40cm de largo y 1,22 de ancho esta es medida estándar

Colores: blanca, amarilla y verde

Espesor: 5/8' (15mm); 1/2' (12mm); 1/2' (11mm); 3/8' (10mm)

Calidad: se caracterizan por ser anti humedad, anti fuego y son acústicas y se distinguen también por la marca.

Precios: 5/8' (15mm) \$15,00; 1/2' (12mm) \$12,70; 1/2' (11mm) \$8,50; 3/8' (10mm) \$8,30

2. ¿Cuál es el promedio de ventas en servicio de instalación de GYPSUM por área?

Mensualmente: se cree que hace un promedio de cincuenta instalaciones por mes con instalación de GYPSUM, considerando que son espacios los que se pretende diseñar y darles un acabado diferente.

3. ¿Cuál fue el incremento en servicios que tuvo entre el año 2011-2012?

En las entrevistas nos otorgaron diferentes porcentajes de incrementos por lo que se llegó a determinar un promedio de incremento, el cual fue de un 18%.

4. ¿Qué clase y cuál es el porcentaje de la totalidad de los servicios que usted presta, en cuanto a la instalación en GYSUM?

Por lo general existen dos tipos de instalación, uno en tumbados y otro en paredes, en lo que se refiere a tumbados se establece un 70% y en cuanto a paredes un 30%.

3.6 MERCADO META.

Luego de haber obtenido y analizado la información se puede afirmar que el mercado meta al cual se pretende introducir los servicios de instalación y remodelación en GYPSUM son los dueños de casa que poseen mayor capacidad económica de las parroquias San Francisco y El Sagrario del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

**CUADRO No. 23
DIVISIÓN DEL MERCADO META**

PARROQUIAS	TOTAL POBLACIÓN	NIVEL 1 32%	NIVEL 2 68%
San Francisco y El Sagrario	11.422	3607	7815
TOTAL MERCADO META			7.815

Elaborado por: Las autoras

FUENTE: Municipio de Ibarra

3.7. SEGMENTO DE MERCADO.

Los mercados están compuestos por consumidores, mismos que son diferentes en varios sentidos, como puede ser sus necesidades, recursos y ubicación, debido a todos estos parámetros se hace necesario segmentar el mercado.

La segmentación de mercado permite agrupar un área específica para proporcionar un mejor servicio a los clientes, logrado una buena imagen de exclusividad y categoría, también se logrará obtener mayores ventas y mejorar la distribución del producto hacia los compradores.

Para la segmentación del proyecto se cogerán 7.815 dueños de casa que corresponde al 68% de total de la población de 11.422, son personas consideradas como nivel 2 de la parroquias San Francisco y el Sagrario del sector urbano de la ciudad de Ibarra. Se ha escogido esta parte de la población ya que ellos están en las condiciones de adquirir el servicio para adecuar sus casas a su gusto, por ende se convertirán en la demanda potencial del servicio.

3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

La identificación de la demanda se determinará a través de las encuestas que se aplicó a la población, en este caso son los propietarios de viviendas de la parroquia de San Francisco y El Sagrario considerados como no pobres del sector urbano de la ciudad de Ibarra, dato que según el municipio es de 7.815 personas. Según las encuestas aplicadas 6.721 personas están dispuestas a ocupar el servicio de GYPSUM aquí en la ciudad de Ibarra, dando un porcentaje de 86%, por ello la demanda existente es bastante notoria en cuanto al servicio de instalación y diseños en GYPSUM, otro punto interesante es que no existen muchas personas ni mucho menos empresas que oferten este tipo de servicios.

Según las encuestas realizadas se llegó a la conclusión de que existe la necesidad de implementar una microempresa que ofrezca servicios especializados y exclusivos en lo que son instalación y diseños en GYPSUM, en la ciudad de Ibarra ya que cuenta con gran aceptación, tomando en consideración el gusto y la economía del cliente, para que sean asequibles a los mismos, pero sin olvidar que dicho servicio debe garantizar la calidad del trabajo al igual que su durabilidad; para de esta

manera ir desarrollando nuevos mercados con clientes insatisfechos, ya que es necesario contar con diferentes alternativas dentro de un mercado versátil e impredecible.

CUADRO No. 24
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	TOTAL POBLACION	NIVEL DE ACEPTACION 86%	NO TUVO ACEPTACION 14%
2013	7.815	6.721	1.094

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

A continuación se va a detallar datos históricos del servicio en GYPSUM, es necesario recalcar que este servicio es innovador por ello no tiene muchos años de historia solo de hace dos años atrás como se lo detalla a continuación:

CUADRO No. 25
DEMANDA HISTÓRICA

Año	NIVEL DE ACEPTACIÓN	DEMANDA DEL SERVICIO POR DISEÑO	
Base	6.721	TUMBADOS	PAREDES
		30%	70%
		2.016	4.705

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuesta dirigida a los dueños de casa

3.8.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

Para la proyección de la demanda del servicio de GYPSUM se ha tomado como base el dato obtenido del Ilustre Municipio de Ibarra que nos dice que hubo un incremento del 4% en el índice de crecimiento habitacional aquí en la ciudad de Ibarra.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

Cn = Consumo Final	?
Co = Consumo Histórico	7.815
i = Tasa de crecimiento	4%
n = Año Proyectado	1 Año

$$Cn = Co (1 + i) ^ n$$
$$Cn = 7.815(1 + 0.04)^1$$
$$Cn = 7.815(1.04)$$
$$Cn = 8.127.6$$

Proyección de la demanda para un año = 8.128

CUADRO No. 26
DEMANDA FUTURA DEL SERVICIO DE GYPSUM

	AÑOS	CONSUMO FUTURO DEL SERVICIO CON UN INCREMENTO DEL 4%
Año base	2012	8.128
Año proyectado	2013	8.453
Año Proyectado	2014	8.791
Año Proyectado	2015	9.143
Año Proyectado	2016	9.509
Año Proyectado	2017	9.889

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Dirección de Planificación del Ilustre Municipio de Ibarra

En el cuadro anterior, por medio de una investigación directa, realizada en el Ilustre Municipio de Ibarra, la demanda futura del primer año se puede identificar claramente, que para el primer año proyectado es de 8.453 posibles clientes con un incremento del 4% anual.

3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA.

Para identificar la oferta de servicios de instalación y diseños en GYPSUM se realizó un análisis, mediante investigación directa con maestros en instalación de GYPSUM que prestan este tipo de servicio dentro de la ciudad de Ibarra.

Es importante recalcar que este servicio es nuevo, por ende la oferta existente es muy poca y hemos tomado en cuenta los diseños instalados, mas no los m².

CUADRO No 27
OFERTA HISTÓRICA (UNIDADES)

MAESTROS ENGYP SUM	AÑOS		% DE CRECIMIENTO
	2011	2012	
Fernando López	347	410	18%
Patricio Vera	275	322	17%
Daniel Jiménez	350	420	20%
TOTAL	972	1152	18%

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Entrevista expertos

3.9.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO

De acuerdo a las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas a los expertos, el crecimiento promedio en cuanto a solicitud de servicio de instalación y diseño en GYPSUM establecido por áreas o espacios de una vivienda, se llegó a determinar que de un año a otro es del 18%, porcentaje que se utilizará para la proyección de las oferta. Tomando en cuenta como año base 2012.

CUADRO No. 28
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO		OFERTA PROYECTADA 18%
Año Base	2012	1.152
Año Proyectado	2013	1.218
Año Proyectado	2014	1.437
Año proyectado	2015	1.696
Año proyectado	2016	2.001
Año proyectado	2017	2.361

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Entrevista a expertos

3.10. BALANCE DEMANDA – OFERTA

3.10.1. BALANCE OFERTA – DEMANDA DEL SERVICIO

El balance oferta - demanda se realizó en base a la serie histórica del año 2012, a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 29
BALANCE DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS		OFERTA / SERVICIO	DEMANDA / SERVICIO	DEMANDA INSATISFECHA	PROYECTO CUBRE EL 9,95%
Año base	2012	1.152	8.128	6.976	694
Año proyectado	2013	1.218	8.453	7.235	720
Año proyectado	2014	1.437	8.791	7.354	732
Año proyectado	2015	1.696	9.143	7.447	741
Año proyectado	2016	2.001	9.509	7.508	747
Año proyectado	2017	2.361	9.889	7.528	749

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Encuestas- Entrevistas

De los resultados obtenidos se concluye que se tiene oportunidad para la prestación de servicio en instalación de diseño en GYPSUM, ya que existe una demanda insatisfecha de 8.453 casas que pueden adquirir el

servicio, el proyecto cubrirá un 9.95% que da un total de 720 casas para el primer año proyectado.

3.11. ANÁLISIS DE COMPETIDORES.

Estudia el conjunto de personas naturales o jurídicas que se dedican a prestar el mismo servicio. Para realizar un estudio de la competencia es necesario conocer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

De acuerdo a la investigación realizada se puede determinar que no existe una competencia directa, ya que existen muy pocos negocios comerciales que venden la materia prima y el servicio es algo adicional, no garantizado, solo lo hacen de forma referencial.

Al crear la microempresa de servicios en GYPSUM se pretende llegar a ofertar el servicio garantizado y en forma directa a los dueños de casa, quienes son clientes potenciales según los resultados de la encuesta aplicada los mismos, ya que ellos son los interesados en mejorar el aspecto físico de sus viviendas.

Para la ejecución del proyecto se elaborara un plan de negocios en donde se incluirá una plantilla tomando en cuenta los competidores más importantes y el análisis de puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

3.12. PROYECCIONES DE PRECIOS.

3.12.1. PRECIOS DEL SERVICIO

Para determinar el precio de cada uno de los servicios en instalación y diseños en GYPSUM que se pretende implementar, se ha considerado los precios que actualmente se maneja en el mercado, mediante la investigación directa a expertos que se dedican a esta actividad económica, para esto se tomó un diseño promedio que es de 3m² por 5m² dando un diseño de 15m², esto se ha determinado mediante la información otorgada de personas que se dedican a esta actividad y este diseño promedio es el que se manejara en este proyecto.

De igual manera se hizo un análisis de los costos de inversión a locales comerciales, proveedores de materia prima e insumos de GYPSUM para poder manejar un precio accesible y competitivo.

CUADRO No. 30
PRECIOS DEL MERCADO ACTUAL

PRECIO ACTUAL DEL SERVICIO EN EL MERCADO		
Definido por Metro Cuadrado		
CONCEPTO	POR M ²	POR DISEÑO
Materia Prima	12,00	180,00
Mano de Obra	15,00	225,00
COSTO TOTAL	27,00	405,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Entrevista a expertos

3.12.2. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO

Para la proyección del precio, tomara como referencia el año base al 2012 que el costo total del servicio fue \$27,00 por m² y para el incremento se lo hará con el 4,16% porcentaje que corresponde a la

inflación, dato otorgado por el Banco Central del Ecuador a diciembre del 2012.

CUADRO No. 31
PROYECCIÓN DE PRECIOS

PRECIO PROYECTADO DEL SERVICIO		
AÑOS		PROYECCIÓN
Año base	2012	27,00
Año proyectado	2013	27,72
Año proyectado	2014	28,47
Año proyectado	2015	29,23
Año proyectado	2016	30,01
Año proyectado	2017	30,82

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Entrevista a expertos

Se establece que estos precios serán proyectados para cinco años, 4.16% será el porcentaje que se tomará como base para la proyección, porque este hace referencia a la inflación al 31 de Diciembre 2012 dato otorgado por El Banco Central Del Ecuador.

3.13. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

Los clientes se acercarán a la microempresa para observar los diferentes diseños, sean estos mediante catálogos o exposiciones de los diferentes diseños en el muestrario del mismo local, este servicio está destinado para los propietarios o dueños de casa de las viviendas de la ciudad de Ibarra, porque el trabajo que se pretende desarrollar se hará en los domicilios de cada una de las personas que deseen obtener este servicio.

Una de las alternativas más eficaces para ganar mercado son las estrategias de comercialización que se pretende establecer para el proyecto los cuales son los medios de comunicación de radio y prensa más importantes del cantón Ibarra, a través de los cuales se pretende

cumplir con los objetivos de mercadotecnia, también conseguir una ventaja sobre los competidores y atraer a los compradores.

3.14. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO, PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN DEL SERVICIO

3.14.1. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

- ✓ La calidad es un factor muy importante en este servicio, por tal razón se brindará al ciudadano Ibarreño en este caso, un servicio totalmente distinguido realizado por manos expertas que conocen del tema.
- ✓ El local donde se pretende atender este tipo de servicio contará con variedad de diseños como ilustraciones, para la visualización de los clientes, además de esto se tendrá a disposición catálogos de los diferentes acabados que se ha realizado en otros lugares.
- ✓ El nombre de local se lo ha establecido como “GYPSUM Install S,A.”, con un eslogan “En los estilos no hay barreras para la creación de espacios, por lo que haremos de ellos un paraíso”
- ✓ El trato de la materia prima se realizará con absoluta medida o delicadeza porque pueden llegar a partirse las planchas, y algo de limpieza ya que son colores claros y deben mantenerse limpios.
- ✓ La microempresa otorgará el transporte para la materia prima que será transportada de la empresa directamente donde se pretende ocuparlo.
- ✓ Las marcas que se utilizaran en dicho servicio serán de dos tipos “SHEETROCK.GYPLAC”.
- ✓ El detalle que tendrá cada uno de nuestros diseños será incluido en el mismo, se pondrá en una parte visible de instalación, el cual será un pequeño rectángulo de metal con el nombre de la microempresa y tendrá las medidas de 3cm de ancho y 2cm de largo,.
- ✓ El servicio debe ser entregados en la fecha convenida con los clientes

3.14.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO

- ✓ Los precios serán competitivos en base al mercado, para tener un mayor posicionamiento en el mercado.
- ✓ Los precios serán competitivos, accesibles a los clientes.
- ✓ Los precios variarán dependiendo de los diseños que escojan los clientes y el tamaño de metros cuadrados que este tenga, pero oscilan entre los \$400,00 a \$500,00 dólares en una habitación con una dimensión, para esto se ha tomado en cuenta un diseño promedio que es de 15m². Y precio promedio de 27 dólares por m²
- ✓ Los precios tendrán un incremento del 4,16% anual en base a la inflación que sufre nuestro país.
- ✓ Se mantendrán estructurados los costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final, este será más bajo que el precio de mercado.

3.14.3. ESTRATEGIAS DE PLAZA

- ✓ La ubicación de la microempresa será entre la Avd. Heleodoro Ayala y Avd. José Tobar y Tobar a unos metros de la terminal terrestre de la ciudad de Ibarra.
- ✓ El local se encontrará ordenado, organizado y tendrá una gran gama de colores vistosos en los diseños, para que llame la atención de la clientela y sepan que nos esmeramos por atenderles.
- ✓ La microempresa estará ubicada en un sector central de la ciudad de Ibarra, con lo que facilita la cercanía a los clientes que necesiten adquirir nuestro servicio.

3.14.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- ✓ Cuña en las radios para el lanzamiento del producto

- ✓ Se diseñará una página web, para promocionar y hacer publicidad del servicio vía Internet.
- ✓ Se bosquejarán campañas especiales de publicidad para los clientes, esto se lo hará a través de las radios más sonadas en la ciudad de Ibarra.
- ✓ incentivar al cliente a través de imágenes de los diferentes diseños de GYPSUM para que adquieran el servicio, a su vez destacar los beneficios que lograría con la aceptación del mismo.
- ✓ Se colocará señalización para que se haga una mejor visualización del local, y sea más rápida su ubicación.
- ✓ Para lograr el posicionamiento de la empresa se destinará el 0,6% de las ventas para publicidad en radio y prensa.

3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.

Con el estudio de mercado realizado se puede concluir que en la ciudad de Ibarra es factible la implementación de una microempresa que preste servicios de acabados y diseños en GYPSUM, para cubrir una parte de la demanda insatisfecha ya en la actual oferta de servicios es demasiado escasa en relación a la demanda existente.

- ✓ Luego de realizar el estudio de mercado, el diagnóstico y su respectivo análisis tenemos como conclusión, que si es factible poner en marcha el proyecto que tendrá una aceptación del 86% de un total de 6.721 personas (dueños de casa) los cuales estarían dispuestos a adquirir el servicio, por lo que garantiza el éxito del mismo.
- ✓ De acuerdo a las encuestas aplicadas a los posibles demandantes que son los dueños de casa de la ciudad Ibarra se puede concluir que un alto porcentaje del 78% han escogido la opción del centro de la

ciudad, para la ubicación del local ya que tendría una mayor accesibilidad y cercanía.

- ✓ Con respecto a la proyección de la demanda se escogió un porcentaje del 4%, que es el incremento habitacional de la ciudad de Ibarra para el año 2010, otorgado por el Ilustre Municipio de Ibarra.
- ✓ Con relación a la proyección de la oferta se escogió un porcentaje del 18% anual, promedio en solicitud en cuanto al servicio de GYPSUM, este dato salió de las entrevistas que se realizó a los expertos.
- ✓ Con respecto a la publicidad se llegó a la conclusión de que, de las ventas realizadas se destinara un 0.06% para los gastos de publicidad, de esta manera darle más popularidad al local

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La microempresa de servicios de instalación en GYPSUM se encontrará ubicado al norte del territorio Ecuatoriano, en la región Sierra, en la provincia de la Imbabura, específicamente en el cantón Ibarra, en la parroquia de San Francisco; Sus límites del cantón son: al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas al sur con la provincia de Pichincha, al este con el cantón Pimampiro, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo.

La provincia de Imbabura posee varios tipos de clima: la temperatura media anual oscila entre 9,9°C y 22,9°C, los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3mm y 3598mm.

Su altitud es de 2.225m sobre el nivel del mar, cuenta con una población de 181.175 habitantes.

País:	Ecuador
Provincia:	Imbabura
Superficie:	4353 km ²
Ubicación:	Norte del País
Población:	181.175 hab.

GRÁFICO No. 14
MAPA DE IMBABURA



FUENTE: http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Ibarra

4.1.2. VÍAS DE ACCESO.

A más de la principal vía la Panamericana, el Cantón Ibarra cuenta con otras vías secundarias, de camino empedrado que conecta Ibarra con Zuleta y la carretera asfaltada que conecta Ibarra con San Lorenzo y el destino turístico Las Peñas. En relación al acceso a las parroquias las vía son en su mayoría secundarias y su estado de conservación varía de acuerdo a la época del año y su mantenimiento, siendo en promedio buenas.

4.1.3. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La ubicación de la microempresa será entre las Avd. Heleodoro Ayala y Avd. José Tobar y Tobar, a unos metros de la terminal terrestre de la ciudad de Ibarra, el espacio que se determinará para el local de servicios en instalación de GYPSUM será de 150m² en su totalidad, ahí está distribuido: área de ventas, área de contabilidad, área de gerencia y área de bodega.

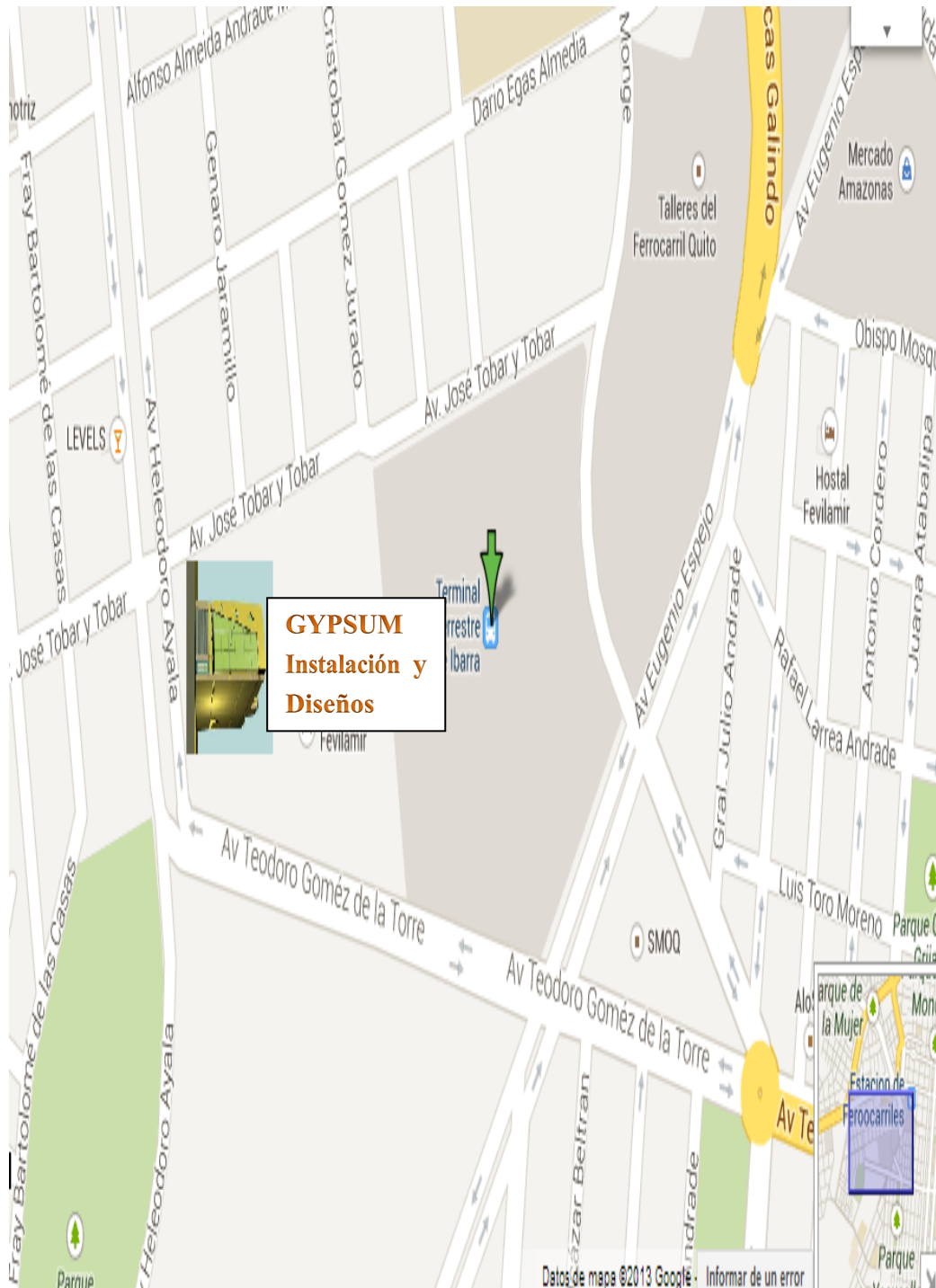
La empresa se localiza en un sector accesible al mercado esperado y al mismo tiempo puede expandirse con facilidad.

Esta cerca a varias vías de acceso como la avenida Heleodoro Ayala que se encuentra cerca al redondel de la madre el cual es el ingreso a la ciudad desde el norte, lo que posibilita la fluidez en los procesos de transporte, tanto del ingreso de materiales como de salida de ellos al final de su destino.

El sector cuenta con todo tipo de servicios públicos como son de alcantarillado, agua potable, luz eléctrica etc. Lo que permite que la infraestructura sea adecuada, facilidades para la eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica y combustible.

A continuación se le representa al local con un mapa específico del lugar estratégico donde va a estar ubicado, véase el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 15
MAPA DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL DE GYPSUM



FUENTE: Google Maps.

4.2. UBICACIÓN DE LA PLANTA.

4.2.1. ETAPA DE PRE - OPERACIÓN.

El lugar determinado para desarrollo de las operaciones de las actividades de la microempresa dedicada a la instalación de diseños en GYPSUM será en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura la extensión del terreno es de 150m², su valor es de 100.000 cuenta con carreteras, accesibles y en buenas condiciones, está ubicado en el centro de la ciudad, existe un buen movimiento de mercado esto permitirá obtener un alto nivel de captación de clientes.

4.2.2. DISEÑO DE INSTALACIONES.

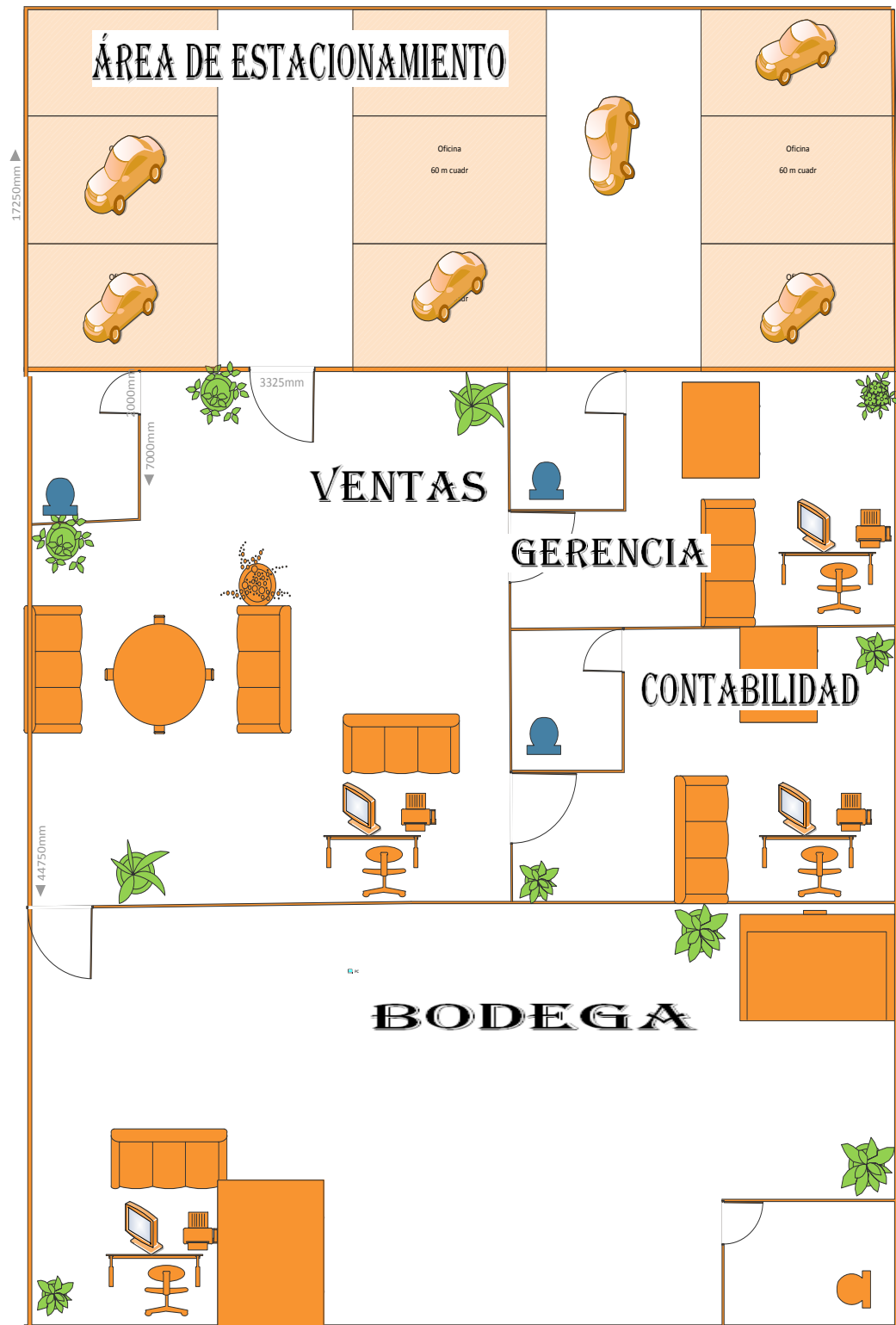
Para el diseño de la planta se ha evaluado el grado de importancia que tiene cada una de las áreas o espacios necesarios que formarán parte de este negocio de servicios de instalación en GYPSUM, tomando en cuenta el orden más lógico desde un punto de vista general, en la parte de adelante estará ubicada el área de ventas, en frente se encontrará el área de la gerencia y el área de contabilidad mismos que compartirán el mismo espacio, lo que ayudará a la comunicación más directa entre sí, para mayor rapidez y agilidad en la atención al cliente; esta se determinará como área administrativa, la cual tendrá acceso directo al área de bodega en donde se almacenará todo el material necesario para la venta del servicio, adicional a esto contará con un área de estacionamiento propio.

Las instalaciones necesarias para una microempresa incluyen las siguientes áreas:

- a. Área de estacionamiento propio para clientes, también se lo utilizará para recepción de material y envío de productos.

- b. Área de atención a clientes el cual cuenta con un computador, escritorio, archivador, y baño privado.
- c. Área de gerencia la cual cuenta con un computador, escritorio, archivador, y baño privado.
- d. Área de contabilidad la cual cuenta con un computador, escritorio, archivador, y baño privado.
- e. Área de bodega la cual cuenta con un computador, escritorio, archivador, y baño privado.

GRÁFICO No. 16
DISEÑO DE INSTALACIONES



ELABORADO POR: Las autoras

4.2.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

El local para la prestación de servicios de instalación en GYPSUM, se pretende situar en la ciudad de Ibarra, la extensión del terreno es de 150m^2 , se pretende tomar en arriendo una propiedad, en un lugar que cuenta con carreteras accesibles y en buenas condiciones para el tráfico vehicular, que los clientes puedan conducirse hacia la ciudad, adquieran nuestros servicios y a su vez que los proveedores puedan llegar con facilidad al local para la entrega del material de trabajo en el mismo.

La distribución de la planta de la microempresa de servicios de instalación en GYPSUM se lo hará en base a un estudio de requerimiento y comodidad para desenvolver eficaz y eficientemente las actividades para prestar un buen servicio y atención al cliente, para esto se repartirá el área total de la microempresa de la siguiente manera: departamento de ventas, departamento de contabilidad, departamento de gerencia, área de bodega y área de estacionamiento. A continuación se detalla cada uno de ellos.

ÁREA DE VENTAS

El área de ventas se lo ha diseñado como un segmento medianamente extenso, porque los diseños y acabados en GYPSUM que se pretende ofertar a los clientes van a estar allí, como tipo exposición en este espacio, adicional a esto se lo hará mediante catálogos y demostraciones directas de las fotos tomadas de los trabajos anteriores y el proceso de ejecución del servicio se lo hará en el lugar que el cliente lo desee, esta área tendrá un total de 25m^2 , 5m^2 será de largo por 5m^2 de ancho, adicional a esto, este departamento contará con baño privado con la dimensión de 1.20m^2 .

ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta área está destinada para los ambientes de gerencia y contabilidad la cual estará distribuida en los departamentos anteriormente mencionados, esta tendrá una totalidad de 20m^2 , 4m^2 será de largo por $2,5\text{m}^2$ de ancho cada uno de los departamentos, al igual estos contarán con baños individuales incluidos dentro de las oficinas y tiene como dimensión 1.20m^2 .

ÁREA DE BODEGA

Es un área bastante grande y aquí será donde se almacenará ordenadamente toda la materia prima necesaria para el desarrollo del servicio, este material estará constantemente controlado con un adecuado inventario, sus salidas sus entradas, por medio de kárdex, para evitar las salidas ilícitas, las cuales ocasionan pérdidas a la microempresa. Este espacio tendrá una totalidad de 36m^2 , 9m^2 será de largo por 4m^2 de ancho.

ÁREA DE ESTACIONAMIENTO

Tomando en cuenta los resultados que arrojaron las encuestas se buscó la complacencia de la petición exclusiva que tuvieron los posibles demandantes, la cual dice que debería contar con un área de estacionamiento, para dejar los carros tranquilamente por seguridad, de esta manera poder observar y buscar los diseños que necesitan.

La microempresa contará con una ubicación apropiada en el centro de la ciudad, para brindar una mejor atención al cliente en comodidad del mismo, por la gran circulación de vehículos. Esta área está ubicada en la parte de adelante del local, tiene como totalidad del espacio 45m^2 , que será 5m^2 de largo por 9m^2 de ancho.








4.3. FLUJO GRAMA DEL PROCESO.

En el siguiente flujo grama se presentará el proceso que se debe realizar para los dos tipos de servicios de diseño y acabados en GYPSUM que se pretende proporcionar al cliente.

Este diagrama debe ser tomado en cuenta, para poner en marcha a la microempresa, aquí nos indica los procesos, el uno que es para paredes y el otro que es para tumbados, dichos procesos tendrán un promedio de duración de entre tres a cinco días dependiendo de su complejidad.

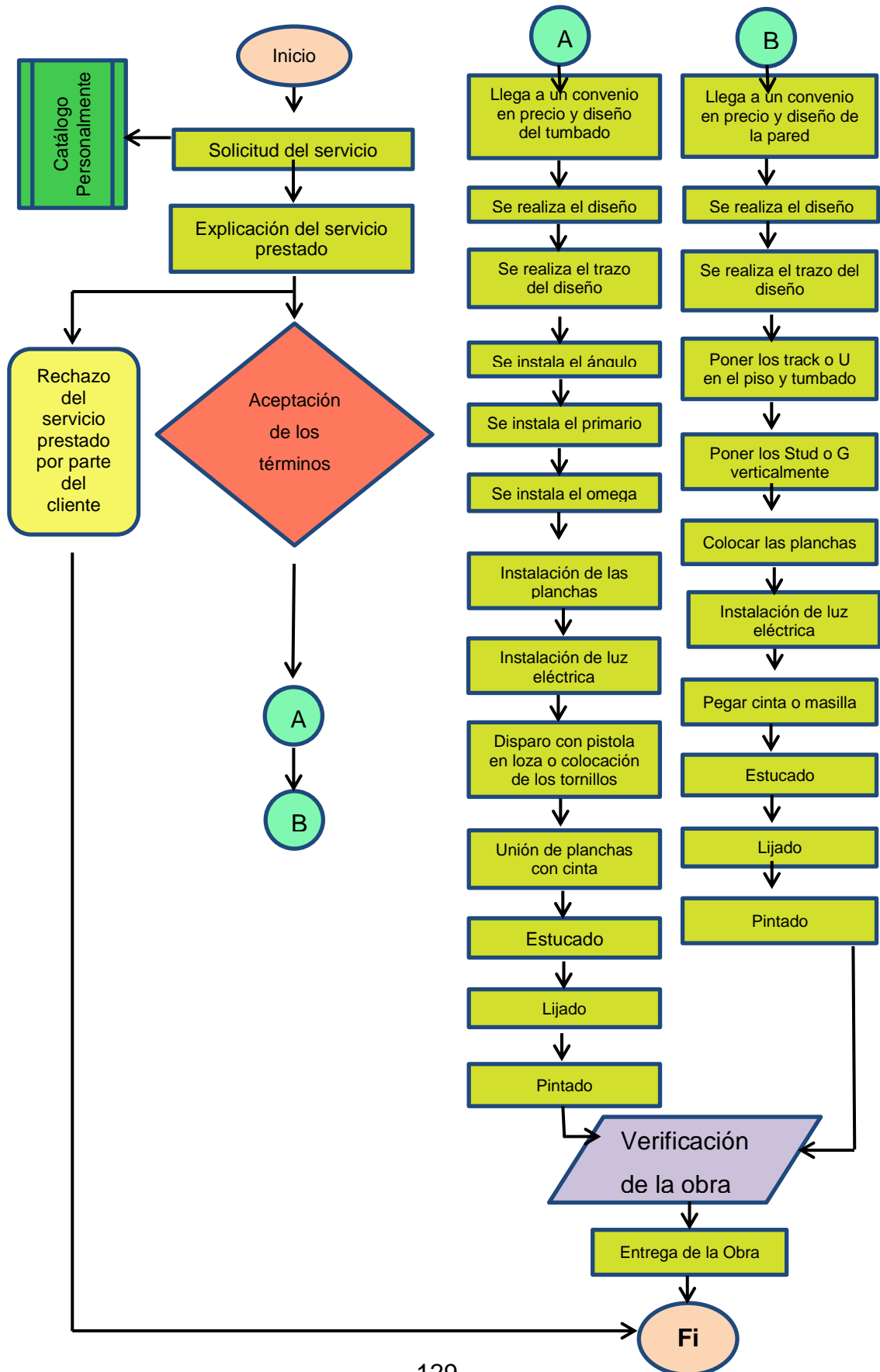
Para la interpretación en forma técnica de todos los diferentes procesos que tiene este servicio se utilizará la siguiente simbología, la cual se detallará a continuación.

CUADRO No. 32
SIMBOLOGÍA UTILIZADA

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
Inicio o fin del proceso	
Proceso	
Conector	
Proceso predefinido	
Decisión	
Proceso alternativo	
Verificación del proceso	

ELABORADO POR: Las autoras

FLUJOGRAMA DEL PROCESO



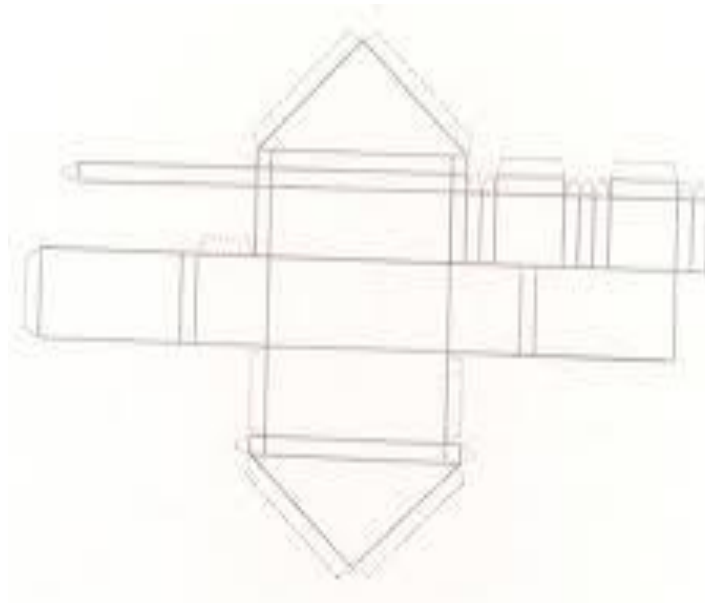
4.3.1. PROCESO DE INSTALACIÓN DE GYPSUM EN TUMBADOS

Para el proceso de instalación de tumbados se realiza los siguientes pasos:

- ✓ Llegar a un convenio entre el cliente y el vendedor tanto en precio como en diseño del tumbado que requiera el cliente.



- ✓ La microempresa empieza realizando el diseño que escogió el cliente, dibujándolo como un borrador en una hoja de papel.



- ✓ Para empezar a armar el esqueleto denominado estructura en la cual será donde se fije la instalación del GYPSUM, primeramente se comienza instalando los ángulos, como paso siguiente se instala el primario y a continuación el omega, esto se llevará a cabo conjuntamente para que nos dé una estructura como la que se verá a continuación. la cual estaría lista para el siguiente proceso.



- ✓ Luego se procederá a la Instalación de las planchas de GYPSUM, con asistencia de un ayudante, ya que este proceso no lo puede realizar una sola persona porque mientras la una persona sostiene la otra se encarga de asegurarles para que queden firmes, esto se lo hace con un disparo de la pistola en caso de ser loza o con un taladro si así lo amerita el caso, esto se realiza para la colocación de tornillos, obviamente aquí ya se deja el espacio para la instalación de luces.



- ✓ Luego un paso adicional al proceso de la instalación de GYPSUM es la instalación eléctrica que debe ir por debajo de las planchas, así como lo vemos a continuación.



- ✓ Luego se procede a unir las planchas con una cinta de papel exclusiva para este tipo de trabajo, lo cual ayuda a que se pierdan las uniones que queda entre las planchas, para que dé un acabado liso.



- ✓ Después de esto se realiza lo que se llama estucado o normalmente conocido como enlucido en las planchas de GYPSUM.



- ✓ Después de estucarlo se empieza a lijarlo para darle el toque final.



- ✓ Y por último se le pinta con la gama de colores escogida por el cliente.

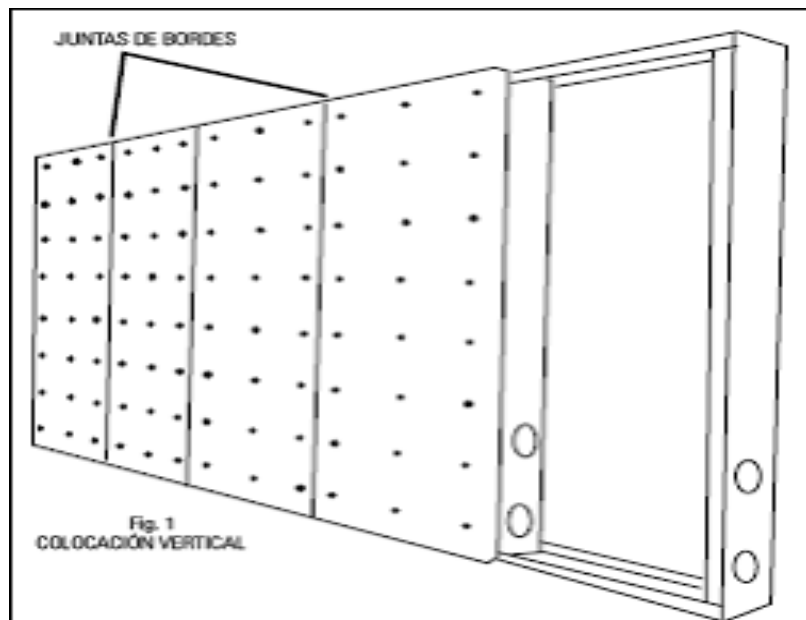


4.3.2. PROCESO DE INSTALACIÓN DE GYPSUM EN PAREDES

- ✓ Llegar a un convenio entre el cliente y el vendedor tanto en precio como en diseño de la o las paredes que requiera el cliente.



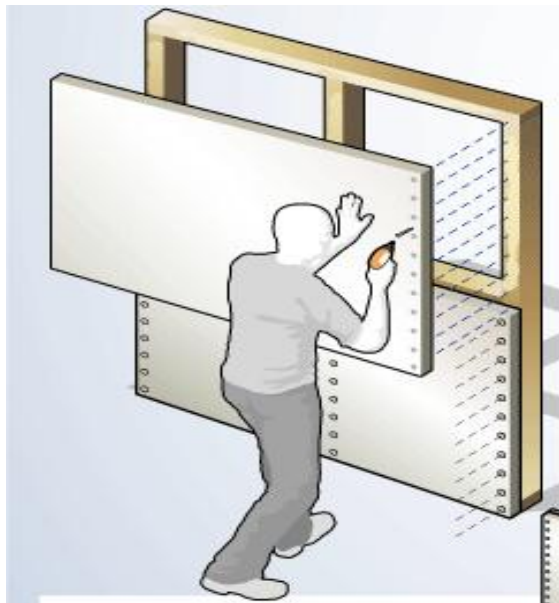
- ✓ La microempresa principia realizando el diseño que escogido por el cliente, dibujándolo como un borrador en una hoja de papel.



- ✓ Luego se ponen los track o U en el piso y tumbados, para rápidamente poner los Stud o G verticalmente, esto se realiza conjuntamente haciéndolo para que tenga una base o estructura en la cual se cimienta la pared que se está haciendo para que tenga la fortaleza para soportar



- ✓ Luego se procederá a la instalación de las planchas de GYPSUM, asegurando cada una de las planchas como se lo ve en el dibujo, para que queden totalmente firmes, con un taladro, para la colocación de tornillos, obviamente aquí ya se deja el espacio para la instalación de luces.



- ✓ Luego un paso adicional al proceso de la instalación de GYPSUM es la instalación eléctrica que debe ir por debajo de las planchas, así como lo vemos a continuación.



- ✓ Luego se procede a unir las planchas con una cinta de papel exclusiva para este tipo de trabajo, esta hace que se pierdan las uniones que queda entre las planchas, para que quede liso.



✓ Luego se le estuca a la pared como si fuera cualquier pared normal.



✓ Y como último paso se le lija y pinta de acuerdo a los gustos del cliente.



4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO.

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios que abarca la ingeniería del proyecto, también se puede definir como los requerimientos básicos y necesarios del mismo, estos están agrupados de la siguiente manera: inversiones fijas, inversiones variables e inversiones diferidas, cada uno de estos conceptos se detallan a continuación.

4.4.1. INVERSIÓN FIJA

Las inversiones fijas son todos aquellos rubros de compra de bienes a largo plazo que se invertirá en la microempresa de servicios en instalación de GYPSUM, y después de haber hecho un análisis general se ha determinado que se requiere de la siguiente inversión fija: vehículo, muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina y herramientas de trabajo.

VEHÍCULO

Para la movilización en la realización de gestiones de la microempresa y el traslado de la materia prima al lugar que desee el cliente para instalación del servicio en GUYPSUN se hace necesaria la adquisición de un vehículo nuevo, al cual se le asignado un costo estimado de \$18.000 dólares.

MUEBLES Y ENSERES

Se considera los muebles y enseres que están ubicados en las instalaciones de la microempresa y son de uso exclusivo de la misma, estos son: cuatro escritorios para oficina, cuatro sillas de oficina, siete sillas de oficina, tres sillas de tres puestos para sala de espera, una mesa de sala de espera, tres archivadores de cajones, siete tachos de basura y un extintor de incendios.

CUADRO No. 33
MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio para Oficina	4	80,00	320,00
Silla de Oficina	8	12,00	96,00
Silla de Sala de Espera	2	37,00	74,00
Mesa de Sala de Espera	1	28,00	28,00
Archivador de Cajones	3	65,00	195,00
Tachos de Basura	7	5,00	35,00
Extintor de Incendios	1	20,00	20,00
TOTAL			\$ 768,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Para la ejecución del proyecto también es necesaria la implementación de tecnología moderna que permitirá el procesamiento y almacenamiento de información de manera eficaz y eficiente, en cuanto a los requerimientos del equipo de computación es necesario que se adquiera lo siguiente: cuatro computadoras y cuatro impresoras.

CUADRO No. 34
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	4	600,00	2.400,00
Impresora	4	90,00	360,00
TOTAL			\$2.760,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

EQUIPOS DE OFICINA

Son bienes tangibles de uso permanente de la microempresa, referente a útiles, accesorios y tecnología de oficina, que son de mucha ayuda para el cumplimiento a las operaciones y actividades administrativas de la misma, estos son los siguientes: Teléfono identificador y fax, caja registradora, perforadora, grapadora, saca grapas, calculadora.

CUADRO No. 35
EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono Identificador y Fax	1	100,00	100,00
Caja Registradora	1	180,00	180,00
Perforadora	2	2,50	5,00
Grapadora	2	2,50	5,00
Saca Grapas	2	0,65	1,30
Calculadora	3	8,00	24,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$315,30

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

HERRAMIENTAS

Son bienes destinados para el personal operativo y se utiliza en el desenvolvimiento de las operaciones, tomando en cuenta que se trabajara con cinco maestros en instalación y cuatro oficiales a cargo de cada uno. Así tenemos: Escalera, tijera, pistola de tornillo gypsum, pistola de tornillo, cinturón de herramientas, metro, estilete, martillo, tijera para omega, rasqueta, brocha, nivel, liana, espátula, extensión, timbradora y rodillo.

**CUADRO No. 36
HERRAMIENTAS**

HERRAMIENTAS DE TRABAJO			
CONCEPTO	CANT.	C. UNIT.	C. T.
Escalera Tijera	5,00	20,00	100,00
Pistola de Tornillo GYPSUM	10,00	240,00	2400,00
Pistola de Tornillo	10,00	80,00	800,00
Cinturón de Herramientas	21,00	10,00	210,00
Metro	21,00	1,25	26,25
Estilete	21,00	1,00	21,00
Martillo	21,00	7,00	147,00
Tijera para Omega	15,00	4,00	60,00
Rasqueta	15,00	0,25	3,75
Brocha	10,00	3,00	30,00
Nivel	10,00	7,00	70,00
Liana	10,00	4,00	40,00
Espátula	10,00	1,25	12,50
Extensión	5,00	8,00	40,00
Timbradora	10,00	2,25	22,50
TOTAL			3983,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

RESUMEN INVERSIÓN FIJA

**CUADRO No. 37
RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

CONCEPTO	TOTAL
<u>INVERSIÓN FIJA</u>	
Vehículo	18.000,00
Muebles y Enseres	768,00
Equipos de Computación	2.760,00
Equipos de Oficina	315,30
Herramientas	3.983,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	25.826,30

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.4.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Se consideran activos diferidos a las inversiones y gastos inmersos en la conformación inicial de la microempresa, Igualmente constan los gastos efectuados en el estudio o elaboración de pre-factibilidad del proyecto y todos aquellos que corresponden a la constitución y puesta en marcha de la misma.

La Inversión diferida será de \$2.556,26 De estos gastos diferidos se realizará la debida amortización que servirá para los cinco años de proyección.

CUADRO No. 38
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA

DSCRIPCION	USD
Planeación e integración del Proyecto	258,26
Licencia Microsoft Office	748,00
Sistema Contable	500,00
Página Web	400,00
Escritura Publica	150,00
Marca y Patente	500,00
TOTAL	2.556,26

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.4.3. INVERSIÓN VARIABLE

Consisten en los recursos que la nueva microempresa destinará para mano de obra y materia prima que se necesita para iniciar con el proceso de prestación de servicios del proyecto que se planea ejecutar.

Se denomina inversión variable porque este costo o rubro puede variar de acuerdo al movimiento de la microempresa.

CAPITAL DE TRABAJO

Además del capital de inversión de activo fijo y diferido, se mantendrá un capital de trabajo para el financiamiento de las operaciones de forma mensual en base a los siguientes rubros; en materia prima: planchas de GYPSUM, primario o espalda fuerte, omega o furing (secundario), ángulos, cajas de tornillos, cajas de balas, cintas, masilla, pasta, en mano de obra: colocación de GYPSUM por m², instalación eléctrica por punto y pintura por m², y en gastos generales, existen gastos por sueldos a: gerente, contadora, vendedora, bodeguero y gastos por pago de arriendo, servicios básicos, combustibles por galones.

Este presupuesto se ha sacado en base a un promedio en la solicitud de diseños en cuanto a medidas, requerimiento de materia prima, mano de obra, y demás gastos generales

MATERIA PRIMA DIRECTA

CUADRO No. 39

PRESUPUESTO MENSUAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CAN.	COSTO UNIT.	COSTO DISEÑO	Nro. DISEÑOS MENSUAL	COSTO ANUAL	MENSUAL
Plancha de GYPSUM	m ²	15	2,53	38,02	60	27375,00	2281,25

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO No. 40

PRESUPUESTO MENSUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	Nro. DE PUESTOS	REMUNERACION	TOTAL
Electricista	3	346,22	1.038,66
Maestro en colocación de Gypsum	15	346,62	5.199,30
Pintor	3	322,33	966,99
TOTAL	21	1.015,17	7.204,95

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO

Para determinar los costos indirectos del servicio se lo hará de forma mensual y tomando en cuenta un diseño promedio en medida, que es de 16 m² y se instalará 60 diseños mensuales.

-MANO DE OBRA INDIRECTA (MENSUAL)

CUADRO No. 41

MANO DE OBRA INDIRECTA

MANO DE OBRA INDIRECTA MENSUAL		
Nro.	DESCRIPCION	REMUNERACION
1	Jefe de Instalación de GYPSUM	400,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-OTROS COSTOS (MENSUAL)

**CUADRO No. 42
EQUIPO DE TRABAJO**

CONCEPTO	UNID.	P.U	TOTAL
Overoles	22	10	220
Guantes	19	3	57
Gafas	18	1,5	27
Mascarillas	19	0,25	4,75
Gasolina			100
TOTAL MENSUAL			408,75

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-MATERIA PRIMA INDIRECTA (MENSUAL)

**CUADRO No. 43
MATERIA PRIMA INDIRECTA (MENSUAL)**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO DISEÑO	MESUAL (60 diseños)
Primario o espalda fuerte	metros	16	0,56	8,89	533,33
Trak o U (piso y tumbado)	metros	16	0,56	8,89	533,33
Angulo	metros	16	0,28	4,44	266,67
Caja tornillos	Caja	300	0,01	1,80	108,00
Caja balas	Caja	200	0,10	20,00	1200,00
Cinta de papel	metros	228	0,04	9,00	540,00
Masilla	Kilos	16	2,00	32,00	1920,00
Pintura por galón	Litros	10	2,00	20,00	1200,00
Clavos	Cajas	200	0,01	1,00	60,00
TOTAL			5,54	106,02	6361,33

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO

CUADRO No. 44

RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO (MENSUAL)

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	MENSUAL (60 Diseños)
Costos Indirectos de Instalación					
Mano de Obra Indirecta			400,00	400,00	400,00
Otros Materiales				308,75	308,75
Combustible	Galones	50	2,00	100,00	100,00
Primario o espalda fuerte	metros	16	0,56	8,89	533,33
Trak o U (piso y tumbado)	metros	16	0,56	8,89	533,33
Angulo	metros	16	0,28	4,44	266,67
Caja tornillos	Caja	300	0,01	1,80	108,00
Caja balas	Caja	200	0,10	20,00	1200,00
Cinta de papel	metros	228	0,04	9,00	540,00
Masilla	Kilos	16	2,00	32,00	1920,00
Pintura por galón	Litros	10	2,00	20,00	1200,00
Clavos	Cajas	200	0,01	1,00	60,00
TOTAL					7.170,08

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

GASTOS GENERALES

- SERVICIOS BASICOS (MENSUAL)

CUADRO No. 45

GASTO SEVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	TIEMPO	PRECIO
Servicios básicos	1 Mes	50,00
Teléfono	1 Mes	20,00
Internet	1 Mes	15,00
TOTAL		85,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-SUELDOS Y SALARIOS (MENSUAL)

CUADRO No. 46
GASTO SUELDOS Y SALARIOS

CONCEPTO	CANT.	REMUNERCIÓN
Gerente	1	400,00
Contadora	1	280,00
Vendedor	1	318,00
Bodeguero	1	318,00
TOTAL	4	1.316,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-GASTO ARIENDO (MENSUAL)

CUADRO No. 47
GASTO ARRIENDO

CONCEPTO	TIEMPO	PRECIO
Pago Arriendo	1 Mes	500,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-GASTO PUBLICIDAD (MENSUAL)

CUADRO No. 48
GASTO PUBLICIDAD

CONCEPTO	TIEMPO	PRECIO
Gasto Publicidad	1 Mes	100,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-IMPREVISTOS (MENSUAL)

CUADRO No. 49
IMPREVISTOS

CONCEPTO	TIEMPO	PRECIO
Imprevistos	1 Mes	60,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

-SUMINISTROS DE OFICINA (MENSUAL)

CUADRO No. 50
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA

CONCEPTO	UNID.	Q	C. U.	C. T.
Catálogos	unidad	3	15,00	45,00
Papel bond A4	resma	1	3,60	3,60
Esfero	unidad	4	0,20	0,80
Tinta de impresora	cartucho	1	15,00	15,00
Clip Chico	caja	1	0,30	0,30
Facturas	ciento	1	8,00	8,00
Grapas	caja	1	0,30	0,30
Sellos	unidad	2	5,00	10,00
TOTAL				83,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

RESUMEN DE GASTOS GENERALES

CUADRO No. 51
RESUMEN DE GASTOS GENERALES

CONCEPTO	CANT.	C. U.	C. T.
Gerente	1	400,00	400,00
Contadora	1	280,00	280,00
Vendedor	1	318,00	318,00
Bodeguero	1	318,00	318,00
Pago Arriendo	1	500,00	500,00
Gasto Publicidad	1	100,00	100,00
Pago de Servicios Básicos	1	50,00	50,00
Imprevistos	1	60,00	60,00
Suministros de Oficina	1	83,00	83,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Internet	1	15,00	15,00
TOTAL		2.144,00	2.144,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE

CUADRO No. 52
RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO		
Costo Operativo		16.656,28
Materia Prima Directa	2.281,25	
Mano Obra Directa	7.204,95	
Costos Indirectos	7.170,08	
Gastos Generales	2.144,00	2.144,00
TOTAL		18.800,28

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.4.4. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

La inversión total del proyecto asciende a \$ 47.182,85 dólares la misma que será financiada mediante capital propio y por préstamo bancario.

CUADRO No. 53
RESUMEN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

TOTAL INVERSION	
Inversión Fija	25.826,30
Inversión Diferida	2.556,26
Inversión Variable	18.800,28
TOTAL	\$47.182,85

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.5. FINANCIAMIENTO

La inversión del proyecto estará formada de la siguiente manera: el 32% será aportación propia y el 68% se lo obtendrá mediante un crédito del Banco Nacional del Fomento, con la línea de microcréditos comercial y de servicios, 11,2% de interés anual.

CUADRO No. 54
FINANCIAMIENTO

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	15.182,85	32,18%
Crédito	32.000,00	67,82%
TOTAL	47.182,85	100%

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.6. RECURSO HUMANO

Es el personal que se necesita para desarrollar las actividades cada área de la microempresa, después de haber hecho un análisis del personal que se necesita se concluyó lo siguiente: para el área administrativa, un gerente, un contador, un bodeguero, en el área de ventas una vendedora y en el área operativa se necesita un jefe en instalación de GYPSUM, tres electricistas, tres pintores y 15 Maestros en Colocación de Gypsum.

CUADRO No. 55
TALENTO HUMANO

DESCRIPCION	Nro.	REMUNERACION
Gerente	1	400,00
Contador	1	280,00
Bodeguero	1	318,00
Vendedor	1	318,00
Electricista	3	346,22
Jefe de Instalación de GYPSUM	1	400,00
Maestro en Colocación de Gypsum	15	346,62
Pintor	3	322,33
TOTAL	26	2731,17

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

El recurso humano de la parte operativa se manejara por grupos de la siguiente manera: existirán tres grupos en donde estarán formados por un electricista, un pintor, y tres maestros en instalación de gypsum, todos bajo el mando y dirección de un jefe en el área.

4.7. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto de la microempresa, de la manera óptima y real se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como son: volumen de demanda, capacidad de instalación del servicio u oferta efectiva, ubicación de la microempresa, inversión y posibles contingencias. En este caso, al ser un proyecto de servicios en instalación de GYPSUM para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que se alcanza a cubrir es del 5,65%% del total la demanda insatisfecha (12.747) de la ciudad de Ibarra de la zona urbana.

4.7.1. RENDIMIENTOS APROXIMADOS EN SERVICIOS DE GYPSUM

Considerando que el tamaño del proyecto representa la capacidad productiva que puede tener el mismo, se le puede visualizar de la siguiente manera:

Se ha determinado que se trabajara con un Jefe de instalación en GYPSUM, bajo su cargo existen tres grupos de trabajos que están formados por tres maestros especializados en GYPSUM, un electricista y un pintor. Tomando en cuenta que cada grupo de trabajo puede instalar cinco diseños semanales por los tres grupos son: 15 diseños semanales, 60 diseños mensuales 720 anuales.

CUADRO No. 56
PRODUCCIÓN ANUAL POR DISEÑOS

PERSONAL	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Equipo de trabajo 1	5	20	240
Equipo de trabajo 2	5	20	240
Equipo de trabajo 3	5	20	240
TOTAL PRODUCCION ANUAL			720

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

De acuerdo a información proporcionada por la actual oferta existente en este tipo de servicio, se determinó que del total de los diseños instalados, el 30% han solicitado en paredes y el 70% han solicitado para tumbados. Basándose en esta información se ha determinado lo siguiente.

CUADRO No. 57
DETALLE DEL TIPO DE SERVICIO

DETALLE DEL SERVICIO	
PRODUCCION ANUAL	720
producción por clases de diseños	
Paredes 30%	Tumbado 70%
216	504

POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

4.8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO.

Para que la microempresa a implantar funcione de una manera adecuada se considera necesario realizar lo siguiente:

✓ Verificar el trabajo de los maestros constantemente de los procesos que se requiere para la instalación del GYPSUM.

En cuanto al esqueleto: De primero hay que fijarse en como esta armada la estructura de soporte, para que este no vaya a estar con fallas ni pueda caerse, tiene que tener bases de madera o metal para instalar el GYPSUM.

En cuanto a la instalación del GYPSUM: Debemos tener claramente las especificaciones que nos pide el cliente para la instalación, de acuerdo a esto realizar el trabajo.

En cuanto al acabado superficial: se deberá constatar si están rellenado los empates entre las planchas antes del recubrimiento de la superficie, esto se lo hará con el material que el cliente escoja como puede ser cemento, o aplicaciones rociadas.

En cuanto a la entrega al cliente: Se deberá realizar la entrega al cliente en la fecha acordada.

Por ser este un proceso, se realizará en orden cronológico las tareas.

- ✓ En cuanto a los maestros se les brindará capacitaciones permanentes sobre los procesos de instalación, para que sus conocimientos se mantenga en actual.
- ✓ Se inspeccionar constantemente la calidad de los productos.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

En este capítulo se realizará un análisis minucioso del capital necesario para empezar las actividades y operaciones del proyecto, así como: el costo de la operación del servicio, administración, ventas, también se definirá la forma y la fuente de financiamiento de donde provendrá el capital necesario que permita la implementación del nuevo proyecto y otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y decisiva de la investigación, que es la determinación de viabilidad o no del proyecto.

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Presupuesto de inversión se considerada a todo lo que tiene que ver con la adquisición o vinculación que existe con los recursos financieros, con la finalidad de obtener beneficios para la futura microempresa.

5.1.1. INVERSIÓN REQUERIDA

Se busca determinar el valor requerido para ejecutar el proyecto a través de asignaciones óptimas de los recursos, que permita realizar un estudio y análisis y poder determinar el nivel de factibilidad del proyecto.

A continuación mediante un cuadro, se presenta un informe detallado sobre lo que se requiere invertir para poner el proyecto en marcha, incluye los rubros de la inversión fija, variable, diferida y el valor total de la inversión con el cual se realizara el análisis económico.

CUADRO No.58
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN MENSUAL

CONCEPTO	VALOR	TOTAL
<u>INVERSION FIJA</u>		
Vehículo	18.000,00	
Muebles y Enseres	768,00	
Equipos de Computación	2.760,00	
Equipos de Oficina	315,30	
Herramientas de Trabajo	3.983,00	
TOTAL INVERSION FIJA		25.826,30
<u>INVERSION DIFERIDA</u>		
Planeación e integración del Proyecto	258,26	
Licencia Microsoft Office	748,00	
Sistema Contable	500,00	
Página Web	400,00	
Escritura Publica	150,00	
Marca y Patente	500,00	
TOTAL INVERSION DIFERIDA		2.556,26
<u>INVERSION VARIABLE</u>		
CAPITAL DE TRABAJO		
Materia Prima Directa	2281,25	
Mano Obra Directa	7204,95	
Costos. Indirectos	7170,08	
Gastos Generales	2144	
TOTAL INVERSION VARIABLE		18.800,28
TOTAL INVERSION		47.182,85

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.2. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.

CUADRO No. 59
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

TOTAL INVERSION	
Inversión Fija	25.826,30
Inversión Diferida	2.556,26
Inversión Variable	18.800,28
TOTAL	47.182,85

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

El cálculo del costo de oportunidad, conocida también como tasa de interés para la evaluación financiera, tasa de descuento, tasa de oportunidad o tasa de retorno mínima del proyecto.

CUADRO No. 60
FINANCIAMIENTO

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	15.182,85	32,18%
Crédito	32.000,00	67,82%
TOTAL	47.182,85	100%

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión total en esta se distingue que existe la inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto. Así tenemos el 4,53%, que es la tasa promedio que la empresa ganaría si lo coloca en las instituciones financieras del país en la actualidad. Para financiar es de 11,20% la tasa que el Banco Nacional de Fomento BNF está cobrando.

CUADRO No. 61
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversionista	15.182,85	32,18%	4,53%	1,46%
Banco Nacional DE Fomento	32.000,00	67,82%	11,20%	7,60%
	47.182,85	100,00%	15,73%	9,05%
			CK	9,05%
			Inflación	4,16%

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

El cuadro del costo de oportunidad determina que la inversión total; composición de esta, la tasa de interés (pasiva y activa) da un costo de oportunidad (Ck) del 9,05%

Continuado con el cálculo debemos aplicar la fórmula de la Tasa de Redescuento; este nos indica el rendimiento mínimo que debe generar el proyecto. Para ello se procedió a utilizar el porcentaje de la inflación que es del 4,16% anual hasta diciembre 31 de 2012.

Dónde:

Ck = Costo de oportunidad

If = Inflación Anual

Fórmula del cálculo.

$$TR = (1 + Ck)(1 + If) - 1$$

$$TR = (1 + 0,0905)(1 + 0,0416) - 1$$

$$TR = (1,0905)(1,0416) - 1$$

$$TR = 0,1358648$$

$$TR = 13,59\%$$

La inflación es de 4,16% que transformado a tasa es de 13,59%, dato de la Corporación Financiera Nacional (CFN).

5.3. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Para determinar el nivel de ingresos se considerara la proyección del volumen de ventas de servicios por instalación de GYPSUM, que la microempresa realice; las cuales se negociarán directamente con los interesados que son los dueños de casa de la ciudad de Ibarra, tomando

en cuenta el total de la oferta proyectada, de igual manera se considerará la proyección del precio actual se va a ofrecer el servicio de instalación de GYPSUM.

Con respecto al volumen de ventas de los servicios se tiene previsto un incremento anual de un 0,475%, determinado de acuerdo a la capacidad de operaria, además el precio de venta, de cada diseño es de 405 dólares, este valor se proyectará en base a la tasa de inflación de diciembre año 2012 es del 4.16 %, dato otorgado por el Banco Central del Ecuador.

5.3.1. PROYECCIONES DE VENTAS DE PRESTACIÓN SERVICIOS

Es importante recalcar que para obtener el porcentaje que corresponde tanto a la instalación en paredes como a la instalación en tumbados de GYPSUM, se tomó como referencia a datos otorgados por maestros que se dedican a prestar este tipo de servicio en la ciudad de Ibarra, ellos manifiestan que de totalidad de los clientes a los han prestado sus servicios solo el 30% solicita instalación de diseños de GYPSUM en paredes y el 70% restante solicita sus diseños en tumbados.

Para hacer una proyección en cuanto a la forma y el cálculo de prestación de servicios se ha tomado como base un diseño promedio, esto en base a información otorgada por maestro en instalación de GYPSUM, que fue de 3m² por 5m² dando un diseño promedio 15 m²

CUADRO No. 62
PROYECCIÓN DE VENTAS EN CANTIDAD DE SERVICIOS

AÑOS		INSTALACION EN PAREDES 30%	INSTALACION EN TUMBADOS 70%	CAPACIDAD TOTAL	P. POR DISEÑO	P. V. ACTUAL
Año base	2012	206	481	687	279.908,23	206
Año Proyectado	2013	216	504	720	291.552,41	216
Año Proyectado	2014	226	528	732	296.338,14	226
Año Proyectado	2015	237	553	741	300.097,77	237
Año Proyectado	2016	248	579	747	302.545,05	248
Año Proyectado	2017	260	607	749	303.342,20	260

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

CUADRO No. 63
PROYECCIÓN DE VENTAS EN PRECIO DE SERVICIOS

AÑOS		P. V. ACTUAL	P. V. MAS EL 4,16%
Año base	2012	279908,23	279908,23
Año Proyectado	2013	291552,41	291552,41
Año Proyectado	2014	296338,14	308665,81
Año Proyectado	2015	300097,77	312581,84
Año Proyectado	2016	302545,05	315130,92
Año Proyectado	2017	303342,20	315961,23

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.4. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

El presupuesto de egresos, se conforma de la estimación económica de los costos que intervienen directamente en la operación en la ejecución del servicio, además de los gastos administrativos, de ventas, financieros y las depreciaciones incurridas en cada período operativo.

A continuación se indica de forma detallada todos los costos y gastos realizados por bienes y servicio necesarios para cumplir con la ejecución del proyecto, objeto de estudio.

5.4.1. COSTOS DE OPERACIÓN

El costo de operación de todos materiales necesarios, se calcula en base a precios que ofertan los distintos proveedores, la cantidad de productos se ha tomado del 9,95% de la demanda insatisfecha a captar en el primer año.

CUADRO No. 64
PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN PROYECTADOS

CONCEPTO	PROYECCION				
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad	720	748	778	809	841
Costo Unitario	38,02	39,60	41,25	42,97	44,75
Materia Prima	27.367,97	29.635,50	32.090,45	34.748,20	37.627,47
Mano de Obra Directa	108.725,64	115.930,59	120.753,30	125.776,64	131.008,95
(=) Costo Primo	136.093,61	145.566,09	152.843,75	160.524,84	168.636,42
(+) Costo Indirectos	87.542,20	91.321,83	95.120,81	99.077,84	103.199,48
Mano de Obra Indirecta	6.301,20	6.701,20	6.979,97	7.270,34	7.572,78
Otros Materiales	3.705,00	3.859,13	4.019,67	4.186,89	4.361,06
Combustible	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
Primario o espalda fuerte	6.400,00	6.666,24	6.943,56	7.232,41	7.533,28
Trak o U (piso y tumbado)	6.400,00	6.666,24	6.943,56	7.232,41	7.533,28
Angulo	3.200,00	3.333,12	3.471,78	3.616,20	3.766,64
Caja tornillos	1.296,00	1.349,91	1.406,07	1.464,56	1.525,49
Caja balas	14.400,00	14.999,04	15.623,00	16.272,92	16.949,87
Cinta de papel	6.480,00	6.749,57	7.030,35	7.322,81	7.627,44
Masilla	23.040,00	23.998,46	24.996,80	26.036,67	27.119,79
Pintura por galón	14.400,00	14.999,04	15.623,00	16.272,92	16.949,87
Clavos	720,00	749,95	781,15	813,65	847,49
TOTAL	223.635,81	236.887,92	247.964,56	259.602,68	271.835,89

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.4.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son todos aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación

de la microempresa de servicios en instalación de GYPSUM; además incluyen los sueldos del personal del área administrativa, suministros de oficina, servicios básicos, entre otros rubros.

La proyección de las remuneraciones anuales, se calcula en base a la tasa de inflación 4,16%, dato otorgado por el Banco Central del Ecuador.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No. 65

GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVO (Año 1)

Descripción	Salario	Meses	Total	IEES Patronal	Vacaciones	F. R.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Gerente	400	12	400	12	4800	583,20	0,00	0,00	400,00
Contador	250	12	280	12	3360	408,24	0,00	0,00	280,00
Bodeguero	318	12	318	12	3816	463,64	0,00	0,00	318,00
Año 1									15882,08

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE Banco Central del Ecuador

CUADRO No. 66

GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS (Año 2)

Descripción	Salario	Meses	Total	IEES Patronal	Vacaciones	F. R.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Gerente	400	12	400	12	4800	583,20	200,00	400,00	400,00
Contador	250	12	280	12	3360	408,24	140,00	280,00	280,00
Bodeguero	318	12	318	12	3816	463,64	159,00	318,00	318,00
Año 2									16880,08

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE Banco Central del Ecuador

CUADRO No. 67

GASTOS PROYECTADOS DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos de Personal	15882,08	16880,08	17582,30	17230,96	17947,77

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE Banco Central del Ecuador

SERVICIOS BASICOS DE ADMINISTRACIÓN

Para el gasto de servicios básicos correspondientes a administración se considera el 50% para el consumo del agua, y el 50% para el consumo de energía eléctrica del total de los servicios básicos.

CUADRO No. 68

SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBROS	AÑOS				
ENERGIA ELECTRICA	2013	2014	2015	2016	2017
CONSUMO KWH	125	130,20	135,62	141,26	147,13
PRECIO KWH	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09
TOTAL	10	10,42	10,85	11,30	11,77
AGUA POTABLE					
COMSUMO m ³	26,32	27,41	28,56	29,74	30,98
PRECIO m ³	0,19	0,20	0,21	0,21	0,22
TOTAL	5,00	5,21	5,43	5,65	5,89
Teléfono	20	20,83	21,70	22,60	23,54
Internet	15	15,62	16,27	16,95	17,66
TOTAL	35	36,46	37,97	39,55	41,20
TOTAL MENSUAL	50,00	52,08	54,25	56,50	58,85
TOTAL ANUAL	600,01	624,97	650,97	678,05	706,26

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO No. 69

GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA (año base)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	Q	P. U	TOTAL
Catálogos	unidad	3	15,00	45,00
Papel Bond A4	resma	1	3,60	3,60
Esfero	unidad	4	0,20	0,80
Tinta de Impresora	cartucho	1	15,00	15,00
Clip Chico	caja	1	0,30	0,30
Facturas	ciento	1	8,00	8,00
Grapas	caja	1	0,30	0,30
Sellos	unidad	2	5,00	10,00
TOTAL MENSUAL				83,00
TOTAL ANUAL				996,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

La proyección de los suministros de oficina, se calcula en base a la tasa de inflación que es del 4,16% dato otorgado por el Banco Central del Ecuador a diciembre del 2012.

CUADRO No. 70

PROYECCIÓN GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
Catálogos	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97
Papel Bond A4	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esfero	0,80	0,83	0,87	0,90	0,94
Tinta de Impresora	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Clip Chico	0,30	0,31	0,33	0,34	0,35
Facturas	8,00	8,33	8,68	9,04	9,42
Grapas	0,30	0,31	0,33	0,34	0,35
Sellos	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
TOTAL MENSUAL	83,00	86,45	90,05	93,80	97,70
TOTAL ANUAL	996,00	1.037,43	1.080,59	1.125,54	1.172,37

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación directa

ARRIENDO DEL LOCAL

El requerimiento de local se refiere al lugar donde se instalará la microempresa, dicho lugar será arrendado, por lo cual se cancelará \$500,00 dólares mensuales del cual el 50% se considera para administración, para la proyección, el incremento se lo hará de acuerdo a la tasa de inflación que es el 4,16%

CUADRO No. 71

PROYECCION GASTO ARRIENDO

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto Arriendo	3000,00	3124,80	3254,79	3390,19	3531,22

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación directa

RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No. 72

RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Servicios Básicos	600,01	624,97	650,97	678,05	706,26
Sueldos de Personal	15882,08	16880,08	17582,30	17230,96	17947,77
Gastos de Oficina	996,00	1037,43	1080,59	1125,54	1172,37
Gasto Depreciación Activos Fijos	3226,63	3226,63	3226,63	2306,63	2306,63
Amortización Intangible	2556,26				
Gasto Arriendo	3000,00	3124,80	3254,79	3390,19	3531,22
TOTAL	26260,99	24893,92	25795,28	24731,37	25664,24

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

5.4.3. GASTOS DE VENTA

En esta partida se registran los egresos que tienen relación con el área de ventas, es decir todo lo que tiene que ver con sueldos del personal de ventas, publicidad y propaganda, combustible, entre otros.

Para la proyección de los sueldos del personal de ventas, se calcula en base a la tasa de crecimiento observada en el salario básico unificado general que es el 10%.

CUADRO No. 73

SUELDOS DE VENTAS (AÑO 1)

Descripción	Total	IEES	Vacaciones	F.R.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Vendedor	3816	463,64	159	0	318	318	5074,64

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

CUADRO No. 74**SUELDOS DE VENTAS (AÑO 2)**

Descripción	Total	IEES Patronal	Vacaciones	F. R.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Vendedor	3816	463,64	159	318	318	318	5392,64

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

CUADRO No. 75**PROYECCIÓN SUELDO DE VENTAS**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos de Personal	5074,64	5392,64	5616,98	5850,64	6094,03

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

GASTO PUBLICIDAD

A continuación se detalla los gastos que realizará la microempresa con respecto a la promoción y publicidad luego; a estos valores se les estima un incremento anual del 4,16% valor de la tasa de inflación a diciembre del 2012.

CUADRO No. 76**GASTO PUBLICIDAD (año base)**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	P.U.	P.TOTAL
Tarjetas de Presentación	100	0,08	8,00
Cuñas en Radio	1	77,00	77,00
Hojas Volantes	500	0,03	15,00
TOTAL MENSUAL	601	77,11	100,00
TOTAL ANUAL	7.212	925,32	1.200,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación directa

CUADRO No. 77
PROYECCIÓN GASTO PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Tarjetas de Presentación	8,33	8,68	9,04	9,42	9,81
Cuñas En Radio	80,20	83,54	87,01	90,63	94,41
Hojas Volantes	15,62	16,27	16,95	17,66	18,39
TOTAL MENSUAL	104,16	108,49	113,01	117,71	122,60
TOTAL ANUAL	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49	1.471,25

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación directa

GASTO SERVICIOS BÁSICOS DE VENTAS

Para el gasto de servicios básicos correspondientes a ventas se considera el 50% para el consumo del agua, y el 50% para el consumo de energía eléctrica del total de los servicios básicos.

CUADRO No. 78
PROYECCIÓN GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

RUBROS	AÑOS				
ENERGÍA ELÉCTRICA	2013	2014	2015	2016	2017
Consumo Kwh	375	390,60	406,85	423,77	441,40
Precio Kwh	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09
TOTAL	30	31,25	32,55	33,90	35,31
AGUA POTABLE	2013	2014	2015	2016	2017
consumó m ³	52,63	54,82	57,10	59,48	61,95
Precio m ³	0,19	0,20	0,21	0,21	0,22
TOTAL MENSUAL	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
TOTAL ANUAL	480,00	499,96	520,76	542,43	564,99

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA

GASTO ARRIENDO DE VENTAS

El local se refiere al lugar donde se instalará la microempresa, dicho lugar será arrendado, por lo cual se cancelará \$500,00 dólares mensuales del cual el 50% se considera para ventas, para la proyección, el incremento se lo hará de acuerdo a la tasa de inflación que es el 4,16%.

CUADRO No. 79
PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Local De Arriendo	250	216,99	226,01	235,41	245,21
TOTAL ANUAL	3000	3124,8	3254,79168	3390,19101	3531,22296

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Observación Directa

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS

CUADRO No. 80
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
Servicios Básicos	480,00	499,96	520,76	542,43	564,99
Sueldos de Personal	5.074,64	5.392,64	5.616,98	5.850,64	6.094,03
Gasto Arriendo	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Publicidad	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49	1.471,25
TOTAL	9.804,56	10.319,32	10.748,61	11.195,75	11.661,49

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA

5.4.4. GASTOS FINANCIEROS

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito de \$ 32.0000 dólares, en la Banco Nacional de Fomento a un plazo de 5 años, con una

tasa de interés del 11,20%. La tabla de amortización detalla los intereses que se cancelarán.

CUADRO No. 81
EMPRESA INSTALL GYPSUM CÍA. LTDA.
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuotas	Amortización	Capital	Interés	Cuota Fija
	Deuda			
0	32.000,00			
1	26.882,14	5.117,85	3.584,00	8.701,85
2	21.191,09	5.691,05	3.010,80	8.701,85
3	14.862,64	6.328,45	2.373,40	8.701,85
4	7.825,41	7.037,24	1.664,62	8.701,85
5	0,00	7.825,41	876,45	8.701,85

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Banco Nacional del Fomento

5.5. DEPRECIACIONES

Las depreciaciones están calculadas acorde a la última Ley de Régimen Tributario.

Los valores de depreciación corresponden a los activos fijos; el otro valor corresponde al desgaste que sufren en forma anual, su cálculo se realizó con el método de Línea Recta.

La depreciación de los activos fijos se ha proyectado para cinco años, por lo que da al final de este periodo una depreciación acumulada de \$14.293,15 dólares, y el valor de salvamento es de \$ 11.533,15 dólares.

En el siguiente cuadro se muestran los valores que corresponden a cada rubro de los activos fijos.

CUADRO No. 82
EMPRESA INSTALL GYPSUM CÍA. LTDA.
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	costo	vida útil	Dep. Anual	Años Dep.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Dep. Acum.	Saldo Libros
Vehículo	18.000,00	10	1.800,00	5	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	9.000,00	9.000,00
Muebles y Enseres	768,00	10	76,80	5	76,80	76,80	76,80	76,80	76,80	384,00	384,00
Equipo de Computación	2.760,00	3	920,00	3	920,00	920,00	920,00			2.760,00	0,00
Equipo de Oficina	315,30	10	31,53	5	31,53	31,53	31,53	31,53	31,53	157,65	157,65
Herramienta	3.983,00	10	398,30	5	398,30	398,30	398,30	398,30	398,30	1.991,50	1.991,50
TOTAL	25.826,30		3.226,63		3.226,63	3.226,63	3.226,63	2.306,63	2.306,63	14.293,15	11.533,15

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Servicio de Rentas Interna

5.6. ESTADOS FINANCIEROS.

Los Estados Financieros son aquellos informes que se realizan al finalizar un período contable, tomando como base los saldos en los que se resumen las operaciones realizadas dentro de un tiempo determinado.

5.6.1. BALANCE GENERAL.

El balance general inicial o estado de situación inicial permite visualizar las cuentas de activo que serían de propiedad de la microempresa "INSTALL GYPSUM CÍA. LTDA" así como los montos del endeudamiento y el aporte de capital, en los activos fijos como son el vehículo, muebles y enseres, equipo de computación, útiles de oficina, herramientas de trabajo, también los Pasivos y Patrimonio que posee la oficina en un inicio.

CUADRO No. 83
EMPRESA INSTALL GYPSUM CÍA. LTDA
BALANCE GENERAL

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL					
Activos			Pasivos		
Activos Corrientes Operacional		18.800,28	Pasivos a Largo Plazo		32.000,00
Caja Bancos	18.800,28		Préstamo por Pagar	32.000,00	
Activo Fijo		25.826,30			
Vehículo	18.000,00				
Muebles y Enseres	768,00				
Equipo de Computación	2.760,00		Patrimonio		15.182,85
Equipo de Oficina	315,30		Aporte de los Socios	15.182,85	
Herramientas	3.983,00				
TOTAL ACTIVOS		47.182,85	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		47.182,85

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.6.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUADRO No. 84
EMPRESA “INSTALL GYPSUM CIA. LTDA.”
ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
INGRESOS					
Ventas	291.683,23	305.684,02	320.356,86	335.733,98	351.849,22
(-)Costos	223.635,81	236.887,92	247.964,56	259.602,68	271.835,89
(=)Utilidad o pérdida bruta	68.047,42	68.796,10	72.392,29	76.131,30	80.013,32
GASTOS					
(-)Gastos Administrativos					
Servicios Básicos	600,01	624,97	650,97	678,05	706,26
Sueldos de Personal	15.433,34	16.401,34	17.083,64	16.744,11	17.440,66
Gastos de Oficina	996,00	1.037,43	1.080,59	1.125,54	1.172,37
Gasto Depreciación Activos Fijos	3.226,63	3.226,63	3.226,63	2.306,63	2.306,63
Otros Gastos	2.556,26				
Gasto Arriendo	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
TOTAL	25.812,25	24.415,18	25.296,62	24.244,52	25.157,14
(-)Gastos de Ventas					
Servicios Básicos	480,00	499,96	520,76	542,43	564,99
Sueldos de Personal	5.074,64	5.392,64	5.616,98	5.850,64	6.094,03
Gasto Arriendo	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Publicidad	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49	1.471,25
TOTAL	9.804,56	10.319,32	10.748,61	11.195,75	11.661,49
(-)Gastos Financieros					
Interés	3.584,00	3.010,80	2.373,40	1.664,62	876,45
Total Gastos Financieros	3.584,00	3.010,80	2.373,40	1.664,62	876,45
(=)Utilidad o Pérdida Operacional	28.846,61	31.050,80	33.973,66	39.026,42	42.318,25
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TABAJADOR	28.846,61	31.050,80	33.973,66	39.026,42	42.318,25
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	4.326,99	4.657,62	5.096,05	5.853,96	6.347,74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	24.519,62	26.393,18	28.877,61	33.172,45	35.970,51
(-) 22% IMPUESTOS	5.394,32	5.806,50	6.353,07	7.297,94	7.913,51
(=)UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	19.125,30	20.586,68	22.524,54	25.874,51	28.057,00

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.6.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

La empresa “INSTALL GYPSUM CIA. LTDA.” cuenta con un Flujo de Caja, que es el movimiento de efectivo para que sus procesos de producción y administración no sufran paralizaciones, estos valores determinan la necesidad exacta para cubrir todas y cada una de las obligaciones de la empresa.

A continuación se muestra el Flujo de Caja consolidado para los cinco años

CUADRO No. 85
EMPRESA “INSTALL GYPSUM CIA. LTDA.”
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	-47182,85					
Utilidad Operacional		28846,61	31050,80	33973,66	39026,42	42318,25
+Depreciación		3226,63	3226,63	3226,63	2306,63	2306,63
+Amortizaciones		2556,26	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes P/ T		34629,51	34277,43	37200,29	41333,05	44624,88
<15% Participación Trabajadores>		4326,99	4657,62	5096,05	5853,96	6347,74
Utilidad antes Impuestos		30302,51	29619,81	32104,24	35479,08	38277,14
<22%Impuesto a la Renta >		5394,32	5806,50	6353,07	7297,94	7913,51
= Flujo Neto		24908,20	23813,31	25751,17	28181,14	30363,63

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 13,59%. Este indicador genera el criterio de si es o no

factible realizar el proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto es factible de llevarlo a cabo, caso contrario se rechaza.

Para determinar si un negocio es factible se debe considerar, si él:

VAN= (+) el proyecto es factible

VAN= (-) el proyecto no es factible

VAN= (0) el proyecto es indiferente

Inversión: \$ -47182,85

Tasa de Redescuento: 13,59%.

Fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE1}{(1+i)^1} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \frac{FE3}{(1+i)^3} + \frac{FE4}{(1+i)^4} + \frac{FE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -47.182,85 + \frac{24.908,20}{(1+13,59\%)^1} + \frac{23.813,31}{(1+13,59\%)^2} + \frac{25.751,17}{(1+13,59\%)^3} + \frac{28.181,14}{(1+13,59\%)^4} + \frac{30.363,63}{(1+13,59\%)^5} +$$

$$VAN = -47.182,85 + 24.908,20 + 23.813,31 + 25.751,17 + 28.181,14 + 30.363,63$$

$$VAN = \$ 38.520,17$$

En donde:

I = Inversión Inicial del proyecto

FE = Flujo de efectivo del año n

i = Tasa de Redescuento

5.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La Tasa Interna de Retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior: 46,00%.

Tasa Inferior: 45,90%.

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

CUADRO No. 86
FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

PERIÓDO	VAN ACTUAL	45,90%	46,00
		TI	TS
0	-47.182,85	-47.182,85	-47.182,85
1	24.908,20	17.072,10	529,96
2	23.813,31	11.186,89	506,67
3	25.751,17	8.291,46	547,90
4	28.181,14	6.219,24	599,60
5	30.363,63	4.592,80	646,03
VAN		123,13	-992,38

ELABORADO POR: Las autoras

FUENTE: Investigación directa

VAN (45,90%) Inferior = \$ 123,13

VAN (46%) Superior = \$ -992,38

La TIR estaría entre 45,90% y 46%, para encontrar su valor exacto se aplica la fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \left(\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right)$$

Dónde

Ti= Tasa Inferior

Ts= Tasa Superior

VAN= Valor Actual Neto

VAN Ti= VAN de la Tasa Inferior

VAN Ts = VAN de la Tasa Superior

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \left(\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right)$$

$$TIR = 0,459 + (0,460 - 0,459) * \left(\frac{123,13}{123,13 - (-992,38)} \right)$$

$$TIR = 0,459 + (0,001) * \left(\frac{123,13}{1115,51} \right)$$

$$TIR = 0,46 * (0,1103800056)$$

$$TIR = 49\%$$

De acuerdo a los cálculos se puede mostrar la factibilidad del presente proyecto ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor a la Tasa de Redescuento.

$$49\% > 13,59\%$$

5.7.3. BENEFICIO – COSTO.

La relación costo beneficio nos permite determinar, el beneficio que se tiene por cada dólar invertido, y también el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos.

$C/B > 1$ = Se acepta

$C/B = 1$ = Es Indiferente

$C/B < 1$ = Se Rechaza

CUADRO No. 87
BENEFICIO COSTO

ANOS	INGRESOS	EGRESOS
1	291.683,23	271.202,08
2	305.684,02	285.436,30
3	320.356,86	298.171,28
4	335.733,98	310.198,43
5	351.849,22	324.131,18
TOTAL	1.605.307,31	1.489.139,27

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$B/C = \text{INGRESOS} / \text{EGRESOS}$

$B/C = 1.605.307,31 / 1.489.139,27$

$B/C = \$1,15$

Cuando supera a un dólar es factible el proyecto. Esto nos indica que por cada dólar invertido se ganará \$0,15.

5.7.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Es el plazo en el cual se va a recuperar la inversión inicial del proyecto, para determinar el (PRI) se consideró los Flujos de Caja Netos producidos

por la microempresa “GYPSUM INSTALL CIA LTDA.” en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

Fórmula:

$$PRI = Inv. Inicial + \# \text{ Años proyectado} / \sum FC$$

$$PRI = (47.182,85 * 5) / 133.017,44$$

$$PRI = 1,77355879$$

Dónde:

Inv. Inicial = \$ 47.182,85

Años Proyectados = 5 Años

$\sum FC.$ = \$ 133.017,44

CUADRO No. 88
FLUJO DE CAJA NETO ACUMULADO

AÑOS	INVERSIÓN	FCN	FCN ACUMULADOS
0	-47.182,85		
1		24.908,20	24.908,20
2		23.813,31	48.721,51
3		25.751,17	74.472,67
4		28.181,14	102.653,82
5		30.363,63	133.017,44
TOTAL		133.017,44	383.773,64

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

A continuación se detalla el periodo de recuperación exacto, que se tardará la microempresa para recuperar la inversión:

CUADRO No. 89
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	MESES	DÍAS
2 Años	9 Meses	8 Días

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

5.7.5. SENSIBILIDAD Y RIESGO DEL PROYECTO.

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendría a las diversas variables en la rentabilidad del proyecto, y establecer que tan sensible es el proyecto a ciertas variaciones.

De acuerdo al análisis realizado con el 4% de disminución, en los ingresos del proyecto aún puede desarrollarse, ya que sus ingresos totales son \$ 27692,75 y en el Flujo de Caja tenemos \$ 22194,35 para el primer año, con estos valores se puede determinar que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ \$ \$ 115.151,53 positivo, mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene el 45% positivo, igual que a la tasa mínima que se estableció. A continuación se podrá ver esto en los siguientes cuadros.

CUADRO No. 90
FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CUANDO LOS INGRESOS BAJAN
EN UN 4%

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	-47182,85					
Utilidad Operacional		27692,75	29808,77	32614,71	37465,36	40625,52
+Depreciación		3226,63	3226,63	3226,63	2306,63	2306,63
+Amortizaciones		2556,26	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes P/ T		33475,64	33035,40	35841,34	39771,99	42932,15
<15% Participación Trabajadores>		5021,35	4955,31	5376,20	5965,80	6439,82
Utilidad antes Impuestos		28454,29	28080,09	30465,14	33806,19	36492,32
<22%Impuesto a la Renta >		6259,94	6177,62	6702,33	7437,36	8028,31
= Flujo Neto	23762,81	22194,35	21902,47	23762,81	26368,83	28464,01

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$VAN = -47182,85 + \frac{22194,35}{(1 + 13,59\%)^1} + \frac{21902,47}{(1 + 13,59\%)^2} + \frac{23762,81}{(1 + 13,59\%)^3} + \frac{26368,83}{(1 + 13,59\%)^4} + \frac{28464,01}{(1 + 13,59\%)^5}$$

$$VAN = \$ 115.151,53$$

5.8. RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO No. 91
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

No.	SIGLAS	DETALLE	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	Tasa de Rendimiento Medio	13,59%	
2	VAN	Valor Actual Neto	\$ 121.595,65	
3	TIR	Tasa Interna de Retorno	46%	
4	RC	Recuperación de la Inversión	2 Años, 9 Meses y 8 Días	
5	CB	Costo – Beneficio	1,15	Por cada dólar gana \$0,15
6	PE	Punto de Equilibrio en Dólares	168.033,09	14.002,80 (mensual)
		Punto de Equilibrio en Unidades	420	35 (mensual)

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

5.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del Punto de Equilibrio se lo realiza en base a los pronósticos de lo que será el primer año del proyecto, para lo cual se ha considerado a los costos de producción, administración, ventas y financiero, para luego clasificarlos como fijos y variables con la finalidad de determinar cuál es el nivel de producción, no es aconsejable hacerlo para cada año, debido a que mientras más tardío sea el pronóstico menos cierto es.

CUADRO No. 92
PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	VALOR	TOTAL
INGRESOS		291.683,23
Ventas	291.683,23	
COSTOS FIJOS		39.200,81
Gastos Administrativos	25.812,25	
Gastos de Ventas	9.804,56	
Gastos Financieros	3.584,00	
COSTOS VARIABLES		223.635,81
Costos	223.635,81	

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

Fórmula del punto de equilibrio en dólares:

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VENTAS}}$$

Fórmula del punto de equilibrio en unidades:

$$PEu = \frac{PE\$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

El punto de equilibrio del presente proyecto se detalla a continuación:

Cálculo del Punto de Equilibrio en \$:

$$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VENTAS}}$$

$$PE \$ = \frac{39.200,81}{1 - \frac{223.635,81}{291.683,23}}$$

$$PE \$ = 168.033,09$$

Cálculo del Punto de Equilibrio en U:

$$PEu = \frac{PE\$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$PEu = \frac{168.033,09}{400}$$

$$PEu = 420$$

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1.1. DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA

La microempresa nueva llevara por nombre **“GYPSUM INSTALL Cia. Ltda.”** Esto se encuentra en función de la actividad de servicio que pretende prestar como es la instalación de diseños en GYPSUM.

El nombre del mismo se encontrara en idioma extranjero (ingles), lo que se busca con esto, es que el nombre de la microempresa sea llamativo, que permita ganar mercado y posicionamiento en el mismo.

LOGOTIPO

El logotipo por ser es un elemento gráfico, el cual permite identificar a la microempresa fue desarrollado de acuerdo al la actividad a ejercer, de manera colorida atrayente para el cliente quedando de la siguiente manera.

GRÁFICO No. 17 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Las Autoras

6.1.2. IMPORTANCIA

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de diagnóstico y del trabajo de campo efectuado, se puede terminar la importancia de poner en marcha el presente proyecto, son las siguientes:

- a) Ddisminuye la gran demanda que en la actualidad existe en la ciudad de Ibarra al ofertar un servicio que les ayude a los dueños de casa a transformar sus viviendas en un lugar innovador, elegante y organizado que cuente con una gran variedad de diseños y calidad de material.
- b) El proyecto se considera viable desde el punto de vista del mercado, tomado en cuenta que existe una creciente demanda, así también se demuestra en el estudio financiero que existen altos márgenes rentabilidad y ganancias para los inversionistas o propietarios.
- c) Con un buen manejo administrativo y gestión financiera, a la vez buscando una adecuada promoción del servicio y de la microempresa, de manera que retribuya a la institución mayores ingresos y altos márgenes de rentabilidad

6.1.3. BENEFICIARIOS

La puesta en marcha de esta actividad económica tendrá beneficiarios directos e indirectos. Los primeros serán los gestores e inversionistas del proyecto, mientras que los indirectos se detallan a continuación:

- a) En primera instancia se encuentran los demandantes del servicio, al tener acceso a un servicio innovador que les ayude a dar un cambio físico a sus viviendas de una manera rápida, segura y limpia.

- b) En segundo lugar se beneficiarán las empresas que se dedican a la venta del material GYPSUM, así como también a empresas que distribuyan pintura y todos los insumos que se necesita para la instalación.
- c) Con este proyecto también se beneficiaran las personas que trabajen en la microempresa, ya tendrán un trabajo fijo.

6.1.4. SECTOR ECONÓMICO.

La Microempresa “GYPSUM INSTALL CIA. LTDA.” pertenece al sector terciario o de servicios, ya que se orienta a ofrecer al cliente la prestación de servicios en instalaciones de diseños en GYPSUM, cuyo principal elemento para desarrollar su actividad, es el capacidad, y talento humano.

6.1.5. TIPO DE EMPRESA

GYPSUM INSTALL CIA. LTDA. Es una empresa de sociedad limitada por ser una empresa en donde los mismos socios administran por derecho propio, es una pequeña empresa de servicios.

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince, sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de la expresión compañía limitada.

Esta compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

La solicitud de aprobación se presenta al Superintendente de Compañías, con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, misma que debe ser elaborada por un abogado.

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses.

6.1.6. MISIÓN DE LA MICROEMPRESA.

“Satisfacer y exceder las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo un servicio excelente en instalación de diseños en GYPSUM con los más altos estándares de calidad y profesionalismo, con precios competitivos que permitan su crecimiento, contribuyendo de esta manera con al desarrollo socio económico de la ciudad de Ibarra”.

6.1.7. VISIÓN DE LA MICROEMPRESA

“Convertirnos en una empresa líder en instalación de GYPSUM a nivel nacional del Ecuador, mediante la prestación de servicios de una manera responsable, eficiente en todos los trabajos encomendados, fomentando el control y la calidad en el servicio y material.”

6.1.8. PRINCIPIOS Y VALORES

Se comprende aquellos que regulan el comportamiento de las personas orientadas a la perfección humana. Entre algunos de los valores que se enfocaran en la microempresa se mencionan los siguientes:

PRINCIPIOS

Colaboración

Colaboración, es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.

Eficiencia

Implementar la mejor utilización social y económica de los recursos administrativos, técnicos y financieros disponibles para que los usuarios de los servicios, sean prestados en forma adecuada, oportuna y suficiente. Para esto se requiere trazar un objetivo, tener clara una tarea, que exista motivación, uso racional del tiempo y la obtención del resultado.

Eficacia

Ser eficaz implica hacer las cosas bien hechas desde el principio. De forma planificada y organizada.

Oportunidad

Cumplir a tiempo y calidad las funciones en la prestación de los servicios a los usuarios.

Mejoramiento Continuo

La Municipalidad aplicará todos los procedimientos técnicos e instrumentos gerenciales que le permitan responder oportunamente a los cambios del entorno, contando con un personal comprometido en la búsqueda de resultados excelentes en su gestión, mediante el cumplimiento de sus deberes con competencia, diligencia y calidad.

VALORES

Trabajo en equipo

Colaborar entre todos los miembros de la empresa para conseguir el objetivo de la Microempresa con cohesión al interés personal, a través de una buena comunicación y reflejando compañerismo para mantener armonía y buen ambiente laboral.

Ética

Ética, los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes, desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.

Responsabilidad

Comprometerse en el cumplimiento de las labores encomendadas y asumir las consecuencias de los errores que pueden originarse en la realización del trabajo.

Excelencia

Buscamos satisfacer con los más altos estándares de efectividad y calidad a todos los usuarios internos y externos, el éxito se medirá en función de los resultados que se alcance.

Servicio

Ofrecer al cliente una atención de calidad, que satisfaga las necesidades y que le permita tener un alto grado de admiración, confianza y satisfacción al momento de adquirir el producto.

Respeto

Crear en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas y que exista una buena comunicación entre el personal y los altos directivos de la empresa.

Compromiso

Hacer bien las cosas, fundamentándose en la normativa institucional, aprovechando las oportunidades, eliminando las debilidades, potencializando las fortalezas, enfrentando las amenazas, institucionalizando los procesos, capacitando, fundamentando y buscando la participación de todos para lograr el desarrollo de las competencias genéricas y específicas.

6.1.9. POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

Las políticas que regirán a la organización de la microempresa para su correcto funcionamiento son las siguientes:

- ✓ El personal administrativo de la Microempresa deberá iniciar sus actividades en horario de lunes a viernes repartidos en dos jornadas de ocho de la mañana (08:00) a doce y treinta del medio día (12:30) y en la tarde de catorce y treinta (14:30) a diecisiete con treinta (17:30). Para el día sábado de ocho horas (9:00) a trece horas (13:00). Se establecerá un horario de 8 hora diarias y 40 semanales.
- ✓ El personal operativo tendrá una variación de su horario de trabajo porque se lo establecerá según los servicios a prestar, los demás empleados acatarán el horario dispuesto.
- ✓ En cuanto a la indumentaria que utilizará el personal operativo con su respectivo jefe inmediato, que es el jefe técnico de operación, deberán llevar puesto lo que la empresa les proporcione con sus accesorios necesarios, el Gerente, Contador, vendedora y bodeguero vestirán ropa casual de acuerdo a su gusto.
- ✓ Una atención esmerada, personalizada, prestando un servicio de calidad y de forma oportuna para alcanzar la plena satisfacción de los requerimientos de nuestros clientes.
- ✓ Para los servicios que proporcione la Microempresa, se elaborará una cotización o presupuesto de requerimientos y costos del trabajo instalación en GYPSUM, bajo algunas condiciones.
- ✓ Al momento de hacer un contrato, la vendedora será la única encargada de solicitar al cliente el cincuenta por ciento (50%) del valor convenido como anticipo, el saldo restante se lo hará de acuerdo al avance de la obra y al momento de la entrega del trabajo.
- ✓ El equipo y herramientas de trabajo para la realización las instalaciones programadas, a quien se designe deberá responder que y cuanto fue entregado con las mismas especificaciones que será devuelto al final

del trabajo diario en caso de pérdida tendrá que cancelar el costo total del bien.

- ✓ El personal debe cumplir con el contrato de trabajo pactado, de no cumplir, pasarán a instancias legales para su respectiva gestión.
- ✓ Todo el personal de la Microempresa será amparado por leyes, normas y reglamentos.
- ✓ El personal de la empresa deberá siempre comportarse con ética.
- ✓ El personal administrativo y operativo tendrá que sujetarse a un sistema de evaluación para conocer el desempeño en su trabajo cada trimestre.
- ✓ Se realizaran planes de capacitación frecuentemente al personal operativo.

6.1.10. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

La estructura de los objetivos de la microempresa permite visualizar los resultados que se desea alcanzar en cierto período de tiempo.

OBJETIVO GENERAL

Ofrecer a nuestros clientes, un servicio de alta calidad satisfaciendo y excediendo sus expectativas, a través de acciones de calidad, innovación, eficiencia, economía y buen servicio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar fuentes de empleo e ingresos a quienes operen el proyecto de construcción en el cantón y la Provincia.
- Cubrir la demanda insatisfecha existente en el mercado interno, ofertando un servicio innovador, de alta calidad y precio competitivo, logrando un buen posicionamiento de la microempresa.
- Tener una estructura organizativa sólida, en donde cada departamento de la microempresa funcione de forma organizada y controlada.
- Contar con un equipo humano comprometido, altamente calificado y capacitado para desarrollar sus funciones en la microempresa.

6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.2.1. ORGÁNICO ESTRUCTURAL

La microempresa de servicios “GYPSUM INSTALL PIRM Cia. Ltda.” se ha desarrollado con una administración tradicional y centralizada; ya que, todas las actividades de microempresa están bajo la responsabilidad de los propietarios.

En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de la microempresa tendrá un esquema de jerarquización. Para esto se ha utilizado un organigrama de tipo vertical.

6.2.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Con la implementación del proyecto se establecerán niveles jerárquicos utilizando un Organigrama de tipo lineal; es decir, este modelo se apoya al máximo en el principio de jerarquía basado en la “unidad de mando”, en la que cada individuo responde a su inmediato superior de los subordinados que tiene debajo de él, y a su vez éste depende exclusivamente de su inmediato superior, solo del cual podrá recibir órdenes.

NIVEL DIRECTIVO

Representa la máxima autoridad siendo el responsable de legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa

NIVEL EJECUTIVO

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

NIVEL ASESOR

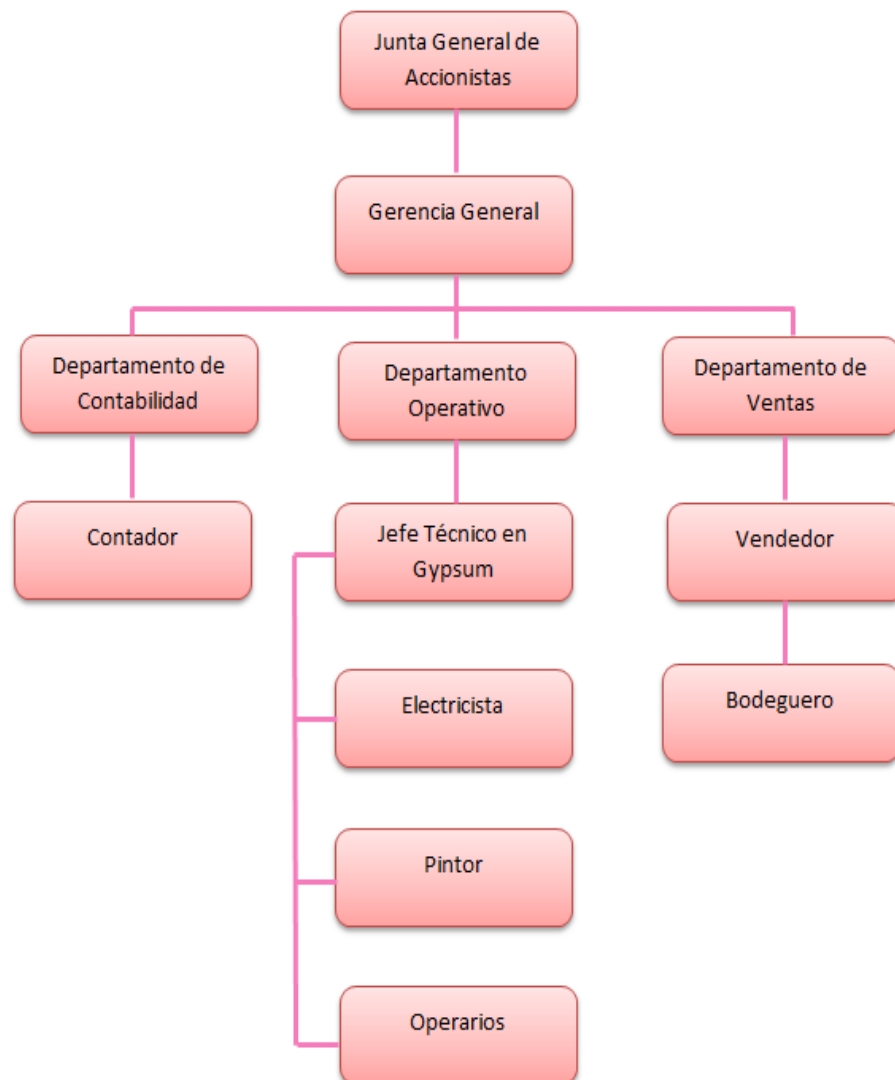
No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

NIVEL OPERATIVO

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo en la ejecución de las actividades básicas de la microempresa, siendo este el pilar principal en la prestación de servicios.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL




Elaborado por: Las Autoras

6.2.3. ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS.

A continuación se describe las funciones, el perfil y los requerimientos para los ocupantes de los cargos existentes dentro de la microempresa, con la finalidad de llevar a cabo la consecución de los objetivos y metas.

“GYPSUM INSTALL Cia.Ltda.” Las ordenes y decisiones en todo nivel medio e inferior en la empresa se harán a cargo del nivel directivo o gerencia.

CUADRO No. 93
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL GERENTE


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: Gerente General	Área de trabajo: Administrativa
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Oficina instalaciones de la microempresa
Descripción del Puesto: Es el encargado de: dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la microempresa, Tomar las decisiones importantes, avalar los proyectos, estrategias y alternativas de acción para el crecimiento de la empresa.	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa con la participación del personal. ✓ Formular las políticas de la organización en su gestión. ✓ Modificar la estructura orgánica de la organización. ✓ Supervisar el cumplimiento de los planes y programas. ✓ Cumplir y hacer cumplir las políticas determinadas. ✓ Efectuar el seguimiento y control de los objetivos planteados. ✓ Orientar y aprobar la reformulación de los planes. ✓ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas. 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación formal: Superior ✓ Título: Contador Auditor / Administrador ✓ Tiempo de experiencia previa requerida: mínimo 2 años, área contable/ financiera. ✓ Edad: De 24 años y máxima 38 años. 	

✓ Conocimientos de herramientas informáticas.
✓ Cumplir los demás deberes por su naturaleza le correspondan.
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de Liderazgo ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Buena Comunicación ✓ Iniciativa e innovación ✓ Buenas relaciones interpersonales y públicas.
ÉTICA
Los gerentes deben fomentar su buena conducta en su grupo dentro del marco de los valores esenciales de la sociedad.
RESPONSABILIDADES Y ROLES DEL GERENTE:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Como cabeza de la organización, representar formal y simbólicamente tanto interna como externamente a la empresa ante cualquier situación ✓ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos ✓ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos. ✓ Buena utilización de los recursos de la organización. ✓ Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa.
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar información de la empresa y recibirá supervisión a los socios de la microempresa.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

CUADRO No. 94
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL CONTADOR


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: contador	Área de trabajo: Administrativa
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Oficina en instalaciones de la microempresa y ocasionalmente en el lugar de la obra
Descripción del Puesto: Es el encargado dirigir el área financiera Contable de la empresa.	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar y coordinar en la elaboración de estados financiero ✓ Dirigir la elaboración de la contabilidad de la organización. ✓ Preparar información financiera de la organización con el visto bueno del gerente. ✓ Revisar las conciliaciones bancarias. ✓ Llevar el control contable del patrimonio de los accionistas. ✓ Mantenerse al día en las obligaciones fiscales y de organismos de regulación de la organización. ✓ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas. 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación formal: Superior ✓ Título en Contabilidad y Auditoría. ✓ Experiencia mínima de 2 años. ✓ Conocimiento de las NIIF 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo de paquetes contables. ✓ Edad máxima 35 años. ✓ Manejo de programas financieros
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Buenas relaciones interpersonales y públicas. ✓ Compromiso. ✓ Ética profesional. ✓ Habilidad para realizar análisis financieros. ✓ Manejo de presupuestos.
ÉTICA
<p>El contador debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.</p>
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación operativa en el área de contabilidad. ✓ Administrar con eficiencia las cobranzas. ✓ Aplicación eficiente del sistema contable. ✓ Cumplir los presupuestos programados.
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
<p>Deberá reportar información financiera de la empresa a los directivos y recibirá supervisión a los socios de la microempresa.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO
<p>El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas</p>

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propi

CUADRO No. 95
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL VENDEDOR


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: Vendedor	Área de trabajo: Ventas
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Oficina en instalaciones de la microempresa
Descripción del Puesto: Encargada de realizar una gestión de ventas de servicios de forma efectiva que permita alcanzar las metas en cuantas ventas establecidas por gerencia.	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender con esmero todas las inquietudes de los clientes. ✓ Llevar de forma coordinada y adecuada el control de ventas. ✓ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente ✓ Planificación operativa en el área a su cargo. ✓ Proporcionar información de todos los servicios que la empresa ofrece. ✓ Realizar permanentemente un sondeo de precios y condiciones de la competencia ✓ Mantener actualizada la lista de precios de venta al público ✓ Manejar la cartera de clientes. ✓ Realizar reportes de ingresos y cierres de caja diariamente. ✓ Las demás que le asigne del Director del Departamento. 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación formal: Estudios superiores con mención en Marketing y Ventas, carreras afines ✓ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de ventas 	

✓ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 32 años.
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Buenas relaciones interpersonales y públicas. ✓ Ética profesional. ✓ Dinámico ✓ Buena redacción y ortografía ✓ Capacidad de negociación
ÉTICA
El vendedor debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar eficientemente la cartera de ventas ✓ Preparar y ser el responsable de la promoción y publicidad del producto. ✓ Preparar informes de ventas ✓ Cumplir los presupuestos programados de ventas.
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar información de ventas de la empresa al contador, directivos y recibirá supervisión a los directivos.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

CUADRO No. 96
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL BODEGUERO


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: Bodeguero	Área de trabajo: ventas
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Bodega en las instalaciones de la microempresa
<p>Descripción del Puesto: Es en donde se guarda toda la materia prima, herramienta y equipo de trabajo. La persona encargada deberá realizar un control general, cubriendo lo que se necesite para ejecutar la operación, mantener datos exactos de material existente y faltante mediante el manejo de kàdex</p>	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar un control de la entrega de los materiales para la construcción ✓ Tener un control interno de la utilización de los materiales de construcción. ✓ Constatar de que las ordenes de pedido para la operación estén completas y de acuerdo a los requerimientos del cliente. ✓ Entrega de material, maquinaria y equipo de trabajo a operarios y llevar un buen control de los mismos. ✓ Recepción y despacho de materia prima ✓ Presentar informes diarios de despachos 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación formal: Secundaria ✓ Especialidad y título: Contador Bachiller. ✓ Tiempo y experiencia previa requerida: un año en trabajos similares. ✓ Edad mínima 18 años 	

HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Ética profesional. ✓ Dinámico ✓ Facilidad para relacionarse. ✓ Trabajo bajo presión
ÉTICA
El bodeguero debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentar Kàdex de las entradas y salidas de los materiales ✓ Coordinar la utilización de inventarios ✓ Controles de stock ✓ Control de desperdicios
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar información de entrada y salida de inventarios de bodega a venta, contabilidad y si lo solicitara a gerencia.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

CUADRO No. 97
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL JEFE TÉCNICO DE GYPSUM


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL	
Nombre del puesto: Jefe Técnico en GTPSUM	Área de trabajo: Operativa Cía. Ltda.
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Lugar de instalación o domicilio del cliente.
Descripción del Puesto: Es el lugar de operación , la persona encargada de este cargo deberá diseñar, planificar, dirigirla obra, al personal; los procesos de instalación de GYPSUM, mantenimiento, cuidado de la maquinaria, y manejo de inventarios.	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los planos respectivos para el diseño. ✓ Realizar controles continuos durante todo el proceso de instalación. ✓ Manejo eficiente de materia prima ✓ Mantenimiento de maquinaria y herramientas ✓ Controlar, evaluar y dirige al personal inmerso y durante todo el proceso de la operación. ✓ Planificar y controlar y abastecer de materia prima, herramientas, equipos demás insumos necesarios para la ejecución de la obra. ✓ Mejorar la productividad de los empleados. ✓ Evaluar el rendimiento del personal operativo 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimientos amplios de instalación de GYPSUM. ✓ Conocimientos amplios en electricidad y pintura ✓ Experiencia mínima de 3 años de ejercer la actividad. ✓ Tener conocimientos en manejo de nuevas tecnologías. ✓ Licencia de conducir 	

HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Ética profesional. ✓ Trabajo bajo presión ✓ Capacidad de Liderazgo ✓ Iniciativa, innovación y creatividad ✓ Trabajo en equipo
ÉTICA
El jefe de operación debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar, controlar y dirigir las actividades diarias inherentes al proceso de operación. ✓ Cumplir con los niveles de operación requeridos por la microempresa. ✓ Elaborar la lista de materiales, herramientas y equipos que se requieren para los trabajos de obra. ✓ Trasladar el personal, herramientas y el equipo de trabajo al lugar donde se va a realizar la obra. ✓ Asesorar al Gerente sobre la contratación del personal operativo que cumplan con las competencias requeridas al trabajo eléctrico. ✓ Sugerir al Gerente la adquisición de los mejores equipos, tecnologías y materiales para optimización de los mismos.
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar a la disponibilidad, consumo y estado de herramientas, maquinaria e insumos necesarios a bodega y gerencia.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

CUADRO No. 98
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL ELECTRICISTA


	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: Electricista	Área de trabajo: Operativa
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Lugar de instalación o domicilio del cliente.
Descripción del Puesto: Realizar trabajos de instalación eléctrica en el lugar de instalación, de acuerdo a la requisición de servicios a prestar por la Microempresa, cabe recalcar que el pago se lo ara de acurdo al rendimiento.	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar los trabajos eléctricos necesarios en los diseños, de acuerdo a servicios a prestar por la Microempresa ✓ Cumplir con las órdenes del Jefe Técnico. ✓ Desarrollar su trabajo con eficiencia. ✓ Colaborar con el equipo operativo. 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título Profesional de Ingeniero eléctrico o electrónico. ✓ Experiencia mínima de dos años en cargos similares. ✓ Tener conocimientos en manejo de nuevas tecnologías ✓ Conocer las normas y reglamentos técnicos 	
HABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ética profesional. ✓ Trabajo bajo presión ✓ Trabajo en equipo
ÉTICA
El electricista debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con los niveles de operación requeridos por la microempresa. ✓ Elaborar la lista de materiales, herramientas y equipos que se requieren para cumplir trabajos de obra. ✓ Cumplir con las políticas de la empresa.
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar el su trabajo constante al jefe de obra.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

CUADRO No. 99
PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL OPERARIO

	
MANUAL DE FUNCIONES DE GYPSUM ISNTALL Cía. Ltda.	
Nombre del puesto: Operario	Área de trabajo: Operativa
Localización: Av. Heleodoro Av. José Tobar. Ibarra – Ecuador	Lugar de trabajo: Lugar de instalación o domicilio del cliente.
Descripción del Puesto: Realizar trabajos de instalación de gypsum en el lugar de instalación, de acuerdo a la requisición de servicios a prestar por la Microempresa	
TAREAS A DESARROLLAR:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las órdenes del Jefe Técnico. ✓ Cuidar de herramientas y equipo de trabajo. ✓ Verificar que el trabajo se realice de acuerdo a los pedidos establecidos. ✓ Entrega de la obra 	
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título bachiller en diseño grafio. ✓ Experiencia mínima de dos años en cargos similares. ✓ Tener conocimientos en manejo de nuevas tecnología. ✓ Conocer las normas y reglamentos técnicos 	
HABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del trabajo ✓ Orientación al cumplimiento de tareas. ✓ Ética profesional. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo bajo presión ✓ Trabajo en equipo ✓ Conocimientos básicos de instalación de gypsum y pintura
ÉTICA
El operario debe actuar y comportarse con buena conducta, responsabilidad y transparente en su labor.
RESPONSABILIDADES Y ROLES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con los niveles de operación requeridos por la microempresa. ✓ Elaborar la lista de materiales, herramientas y equipos que se requieren para cumplir trabajos de obra. ✓ Cumplir con las políticas de la empresa. ✓ Responder por los bienes que la empresa le proporcione
SUPERVISIÓN RECIBIDA:
Deberá reportar el su trabajo constante al jefe de obra.
CONDICIONES DE TRABAJO
El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación Propia

6.2.4. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

REQUISITOS PARA SACAR EL RUC

Requisitos para sacar el Ruc de Sociedades Comerciales

- ✓ Formulario Ruc 01-A firmado por representante legal.
- ✓ Identificación de la sociedad: Original y copia o copia certificada de la escritura pública de la constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Identificación del representante legal: Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.
- ✓ Ubicación del establecimiento: Original y copia de los servicios básicos (agua, luz o teléfono), debe constar a nombre de la sociedad.

REQUISITOS PARA LA PATENTE MUNICIPAL

Requisitos para sacar la patente municipal

- ✓ Ruc.
- ✓ Copia del nombramiento del representante legal.
- ✓ Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Formulario del registro de actividades
- ✓ Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica.
- ✓ Escritura de constitución
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos
- ✓ En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar cedula y certificado de votación.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANTECEDENTES.

En el presente capítulo se realiza un análisis prospectivo de los impactos que el proyecto generara en diferentes áreas o ámbitos. Es decir se pretende determinar las huellas que el trabajo de investigación, una vez aplicado, deja en lo Social, Empresarial, Económico, y Ambiental. De las diferentes metodologías existentes para realizar análisis de impactos se ha escogido lo que a continuación se detalla: Se determina las áreas o ámbitos a desarrollarse. Se relaciona numéricamente los niveles de impactos con la Ponderación de acuerdo a la siguiente tabla:

CUADRO Nº 100
NIVELES DE IMPACTO

Ponderación	Nivel de Impacto
3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No Hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

En cada área o ámbito determinamos una serie de indicadores que de alguna manera representan o evidencian el ámbito o área investigada.

A cada uno de los indicadores planteados en el paso anterior asignamos numéricamente una ponderación positiva o negativa, dependiendo del nivel de incidencia o impacto que tenga ese indicador. Realizamos la sumatoria de los niveles de impacto por cada área y dicho valor lo dividimos para el número de indicadores, obteniéndose de esta manera el nivel de impacto del área o ámbito.

Finalmente una vez analizadas todas las áreas se construye una matriz de impactos general o global en la que, en vez de los indicadores se colocan las áreas analizadas con su valor o nivel de impacto, para de esta manera determinar el impacto general del proyecto.

Esta es la ecuación que se emplea para medir el Grado de Impacto del proyecto:

$$\frac{\Sigma}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS.

7.2.1. IMPACTO SOCIAL.

En el aspecto social se generará una oportunidad a las familias de los trabajadores que integren la microempresa para que tengan un ingreso que les permita acceder a condiciones de vida aceptables; y a la vez contribuye a la población en general al evitar que emigren a otros países, ya que es uno de los principales problemas sociales del Ecuador; pudiendo brindar su mano de obra aquí mismo sin necesidad de alejarse de sus familias.

Una de las influencias sociales positivas que persigue la microempresa es, lograr contar con un talento humano capacitado y una estructura física

idónea, que permita ofertar el servicio como el cliente merece, que cumplan con estándares de calidad y precios competitivos; que se evidencien en la satisfacción del consumidor y esté al alcance de toda la población.

CUADRO No. 101
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Fuentes de Trabajo							x
Estabilidad Familiar							x
Optimización de Tiempo					x		
Integración de la Comunidad						x	
TOTAL					1	2	6
Σ	9						

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$Nivel\ de\ Impacto\ Social = \frac{9}{4} = 2,25$$

$$Nivel\ de\ Impacto\ Social = 2$$

Fuentes de Trabajo

Beneficio social el más importante del proyecto es la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la zona serian beneficiadas, haciendo inferior el nivel del desempleo.

Estabilidad Familiar

Es algo vital en la actualidad tener una estabilidad familiar para poder salir adelante ya que la unión de la familia hace la fuerza y también hace que se fortalezca la microempresa ya que proporciona empleados estables que saben brindar un servicio eficiente y eficaz y muy rara vez defraudan al empleador.

Optimización de Tiempo

La optimización del tiempo será al momento que la gente ya conozca de nuestros servicios y llegue directamente al local donde le podremos brindar un buen trabajo en un tiempo corto y servicio de calidad.

Integración de la Comunidad

Esto hace que la comunidad se agrupe ya que todos trabajamos para un bien en común para lograr salir adelante y sacar grandes utilidades, harán que funcione mejor, eso beneficiará a los habitantes, cabe señalar que el bienestar comunitario dependerá del desarrollo institucional por lo que, las personas que trabajen en la microempresa tendrán un mejoramiento económico, y social.

Conclusión

El nivel de impacto social que genera el proyecto es de 2, lo cual corresponde a un rango positivo de esta forma se fundamenta la viabilidad de la propuesta, que es satisfactorio en el aspecto social.

7.2.2. IMPACTO EMPRESARIAL.

Describe los factores que determinan el manejo de una empresa, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

CUADRO No. 102
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Cultura Organizacional						x	
Cumplimiento de leyes						x	
Control Contable						x	
TOTAL						6	
Σ	6						

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{6}{3} = 2$$

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = 2$$

Cultura Organizacional

Esto se desea implementar en la ciudad de Ibarra ya que estaríamos dándole un mejor aspecto a las viviendas, y quien no quería ver su casa como un lugar a gusto para llegar y abrir las puertas a nuestros familiares y amigos.

Cumplimiento de leyes

Lo principal es el cumplimiento de leyes que están establecidas en la sociedad, que deben siempre respetarse y se debe cumplir por toda la población en general.

Control Contable

Es el proceso que debe tener una entidad en general, para de esta manera llevar sus cuentas con la debida cautela para tener mayores rendimientos y una mejor distribución de la parte económica, para llegar hacer buenas inversiones.

Conclusión.

El posicionamiento en el mercado se logrará con un servicio de calidad y una atención oportuna y eficiente ofreciendo también un valor agregado que será como un componente adicional. Debido a la constante ejecución de nuevas estrategias de mercado para vencer a la competencia y brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores.

7.2.3. IMPACTO ECONÓMICO.

El impacto económico que generará la puesta en marcha del proyecto es positivo ya que la microempresa podrá ofrecer el servicios de forma más competitiva al mercado, a su vez obtendrá mayor utilidad y además beneficiará a la economía de las familias que residen en el sector de Imbabura ofreciendo fuentes de empleo, ya que la economía se considera como la base del desarrollo social y de esta depende el buen vivir de la población.

La rentabilidad permitirá que esta se convierta en un negocio en marcha, que a su vez permita seguir invirtiendo los recursos económicos que produzcan nuevas formas de mejoramiento del servicio que se oferta, para lograr captar nuevos mercados y mantener satisfecha la demanda.

CUADRO No. 103
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Contribuir al desarrollo económico de la ciudad							x
Competitividad						x	
Alternativa de inversión						x	
Rentabilidad							x
Costos de Producción							x
TOTAL						4	9
Σ	13						

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$Nivel\ de\ Impacto\ Económico = \frac{13}{5} = 2,6$$

$$Nivel\ de\ Impacto\ Económico = 3$$

Contribuir al desarrollo económico de la ciudad Competitividad

Es un aporte positivo para la población ya que alentaría a nuevos microempresarios a impulsar nuevos proyectos innovadores que beneficiarían al desarrollo de la ciudad ofreciendo nuevos servicios y con buena calidad.

Competitividad

La competitividad es alta en este servicio ya que no hay muchos locales que cuenten con el servicio lo cual hace que nos hace innovadores en la ciudad, ya con el tiempo podremos encontrar competencia, pero al momento no.

Alternativa de inversión

La microempresa tiene gran alternativa de inversión ya que en este servicio no es tanta materia prima sino más bien es mano de obra, la cual debe ser calificada.

Rentabilidad

Es un negocio rentable en un corto plazo, ya que la inversión no es muy grande pero se puede reinvertir en grandes utilidades, con una buena gestión. Además se puede generar una inversión y ampliación del local y equipamiento de acuerdo a la demanda.

Costos de Producción

El proyecto sería beneficiado por que la mano de obra que existe aquí en la ciudad ya que se está abriendo campo a esta área en la ciudad y por ello la mano de obra tiende hacer barata, lo cual hace que nuestros costos sean un tanto bajos.

Conclusión.

El proyecto tiene un nivel de impacto alto y se basa en el aumento de los niveles de competitividad, que a su vez permita persuadir a seguir invirtiendo recursos económicos que alcancen la rentabilidad planeada.

7.2.4. IMPACTO AMBIENTAL.

El impacto ambiental que genera la instalación del servicio, es mínima ya que existe un correcto manejo de los desechos sólidos a través de una adecuada recolección de la basura que viene realizando el Ilustre Municipio de Ibarra.

En cuestión a la contaminación por el ruido, que se origina por los disparos de la pistola, o el taladro que se utilizará para la puesta de la estructura metálica, no tiene un impacto de importancia ya que los trabajadores contarán con la instrumentación de trabajo necesaria para evitar esto, también contarán con máscaras y gafas para evitar el polvo que este material esparce; así de esta manera evitar que el trabajador pueda atraer alguna enfermedad respiratoria, ya que cumpliremos con las normas ambientales adecuadas para estos casos.

CUADRO No. 104
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Contaminación del aire					x		
Contaminación del ruido						x	
Contaminación de desechos sólidos					x		
Reciclado de Basura							x
Deforestación						x	
TOTAL					2	4	3
Σ	9						

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{9}{5} = 1,8$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = 2$$

Contaminación del aire

Este aspecto es un punto a nuestro favor ya el polvo que se desprende de las planchas es muy poco contaminante, y se lo puede evitar con las debidas precauciones que tiene la microempresa con cada uno de los maestro.

Contaminación del ruido

El ruido que se produce para la instalación de dichas planchas no es constantemente ya que solo se utilizara para la instalación de los tornillos o pernos según su necesidad.

Contaminación de desechos sólidos

Los desechos que se desprenden de las obras realizadas, que quedan de las planchas, se lo reutilizarán de acuerdo a la necesidad que se tengan en otros diseños.

Reciclado de Basura

El polvo que emana de las planchas se lo recoge manualmente si se lo desecha tranquilamente en la basura que se recoge normalmente.

Deforestación

El material no causa daños forestales ya que se descompone como la basura normal.

Conclusión

El proyecto no causa ninguna influencia negativa en el ambiente, y el resultado de la matriz indica un impacto positivo, ya que se plantea respetar todo tipo de normas ambientales.

7.2.5. RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS.

CUADRO No. 105
RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Social						x	
Empresarial						x	
Económico							x
Ambiental						x	
TOTAL						6	3
Σ	9						

Elaborado por: Las autora

Fuente: Investigación directa

$$Nivel\ de\ Impacto\ General = \frac{9}{4} = 2,25$$

$$Nivel\ de\ Impacto\ General = 2$$

CONCLUSIÓN DE IMPACTOS

Con los datos obtenidos podemos establecer la importancia de la presente investigación, y nivel de impacto que generará que corresponde a un rango positivo, los cuales pueden ser comprobados y medibles dentro del área establecida que es Imbabura, y de esta forma reafirmando la viabilidad del presente proyecto en base a los impactos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- a) Mediante el estudio de diagnóstico situacional se pudo concluir que existe una gran demanda en los servicios de instalación de Gypsum: ya sea en tumbados o en paredes especialmente a propietarios viviendas situación económica media y alta del sector urbano.
- b) Se debe poner mucho énfasis en la búsqueda adecuada y actualizada de información teórico-científica de los temas a tratar dentro proceso que implican la instalación de Gypsum y su entorno para el correcto desarrollo sostenible del proyecto.
- c) El desarrollo del estudio de mercado permitió el análisis de la oferta y la demanda del servicio en cuanto a instalación de Gypsum ya que existen muchas viviendas en Ibarra que necesitan ser remodeladas para darles un buen aspecto, también se logró establecer que existe una oferta muy limitada y no logra cubrir la gran demanda, para lo cual se analizó cuáles serían las estrategias necesarias y oportunas para ingresar al mercado y posicionar el servicio en un corto plazo, para esto es de suma importancia tener en cuenta cuales son los gustos y exigencias de los potenciales clientes, mismo que de igual manera se determinó en este capítulo.

Factores preponderantes e importantes es el precio, como se pudo apreciar, en el estudio de mercado las empresas dedicadas a prestar este tipo de servicios, establecen sus costos a factores como: tipo de servicio, calidad de materia prima ubicación del diseño y tamaño de la obra.

- d) El estudio técnico determinó las especificaciones de la maquinaria a emplearse incluido los costos de traslado por las instituciones pertinentes, igualmente se analizó todos los recursos necesarios para la operatividad del mismo que según los cálculos y análisis desarrollados, cada equipo, suministro y gastos operativos cuentan con un respaldo económico en su totalidad.
- e) Con los resultados de la Evaluación Financiera realizada se puede concluir que existe un alto nivel factibilidad en lo económico bajo las condiciones de operación que se han planteado durante el transcurso del proyecto, sobre todo en los flujos de caja se aprecia resultados muy positivos. En cuanto al análisis del valor actual neto, se puede observar que dicho valor es mayor que cero lo que significa que el proyecto es viable, La Tasa Interna de Retorno muestra que el proyecto es completamente viable ya que está en un porcentaje de 46% que supera al costo de capital de mercado que se consideró en 13.59%. Y en cuanto al cálculo del Beneficio-Costo, es la combinación de varios factores que ayudan a determinar que por dólar invertido el proyecto devuelve 0,15 dólares.
- f) Se puede concluir en cuanto a la estructura organizacional y funcional de la microempresa, que es necesario establecer objetivos, importancia, beneficiarios y sobre todo la misión y visión, mediante las cuales se guiarán las actividades fuera y dentro de la microempresa así como también el organigrama funcional a través del cual se trabajará de forma eficiente y eficaz, con el fin de cumplir todos los objetivos que se propongan a largo y corto plazo.
- g) Por último y no menos importante, los impactos que se generan fuera y dentro del proyecto son fundamentales debido a que son el resultado de los efectos del proyecto, y la determinación de este exige el establecimiento de objetivos operacionales que permita vincular el

proyecto con los efectos resultantes de su implementación, Una buena evaluación de impacto provee las bases para una sólida formulación de políticas, ayuda a entender si el proyecto ha tenido impacto o no, cuán grande es ese impacto, y quién se ha beneficiado o puede resultar afectado.

RECOMENDACIONES

El estudio del proyecto permitió analizar detalladamente cada uno de los capítulos, denotando por ello información importante que se debe tomar en consideración para el manejo en la ejecución del proyecto, ya que el respaldo de las estimaciones financieras proporcionaron un resultado rentable; por lo que, se recomienda tomar en cuenta los siguientes ítems para un correcto desarrollo del proyecto.

- a) Es recomendable, antes de establecer cualquier proyecto, analizar en primer lugar las condiciones urbanísticas y geográficas de la zona, con el fin de prever la factibilidad del proyecto.

Es recomendable realizar un plan de publicidad y marketing oportuno, con el objetivo de dar a conocer el tipo de servicio que presta la nueva microempresa, ya que por ser un servicio nuevo no es muy conocido por los habitantes, esto garantizará las ventas a los clientes, dentro de la ciudad

- b) Se debe tomar muy cuenta y de manera sólida los aspectos teóricos ya que estos dan una idea clara y global de que es, lo que se va hacer a lo largo del proyecto, en este caso el diseño y planificación es importante, por cuanto ayudaran a un mejor manejo de los recursos financieros. En el caso del diseño genera propuestas e ideas para la creación y realización de espacios físicos, detalles, imagen de estética, sistemas estructurales, a fin de buscar la eficiencia y eficacia en la servicio.

- c) Invertir en el proyecto de instalación de gypsum, ya que se pudo observar en el estudio de mercado, existe escasa oferta en este tipo de servicio, por cuanto es necesario cubrir esta demanda, con la creación de nuevos y mejorados proyectos que beneficien a la colectividad en general, teniendo en cuenta como ya se mencionó todos los aspectos y factores que beneficien y satisfagan las necesidades de cada una de las familias, en su diario vivir.
- d) Aunque el proyecto es altamente rentable, es importante optimizar recursos tanto económico, como material con el objeto de darles un buen trato y obtener un beneficio sin entrar en más gastos, además esto permitirá mantener precios accesibles a la sociedad y competentes a la competencia.
- e) Realizar las respectivas gestiones para obtener el dinero que se necesita para invertir en este proyecto, puesto que es un negocio rentable y no requiere de una gran inversión.
- f) Es recomendable manejar eficientemente la gestión empresarial, a través de una adecuada estructura organizacional y funcional, puesto que viabiliza una adecuada administración de los recursos a disposición de todo negocio y de manera especial los recursos humanos, disponiendo y asignando trabajos para alcanzar los objetivos planteados. Además se debe establecer nuevas y mejores estrategias de marketing, que atraigan a los posibles consumidores, e implantar políticas y estrategias administrativas para una mejor planificación que ayude al crecimiento de la empresa
- g) Otra Para el análisis de impactos es recomendable reforzar y ampliar los efectos positivos que tendría el proyecto, al igual que se considera al máximo contrarrestar los impactos negativos que podrían producir efectos nocivos para el medio ambiente.

Por tales razones, las perspectivas de desarrollo para el presente proyecto son excelentes, quedando las posibilidades futuras de expansión en cuanto a operaciones de la microempresa a otros segmentos del mercado local, cantonal, provincial.

BIBLIOGRAFÍA:

NASSIR Y REINAL CHAIN; “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Editor MC. Graw, Quinta Edición, Bogotá-Colombia 2008

PRIETO HERRERA, Jorge Eliécer; “Investigación de Mercados”, Editor Ecoe Ediciones, 2da Edición, Bogotá, 2013.

ROJAS RISCO, Demostenes; “La Biblia del Marketing”, Editor Grafos S.A., 1ra Edición, España, 2013.

LIZARAZO BELTRAN, María O.; “Guía para Identificar y Planificar Negocios Rurales con Visión de Responsabilidad Social” Editor Grafos S.A., 1ra Edición, España, 2009

ANZOLA ROJA, Sérbulo; “Administracion de Pequeñas Empresas” Editor Programas Educativos S.A, 3ra Edicion,Mexico,2010

DAFT RICHARD I. y MARCIC DOROTHY, “Introducción a la administración, Edición tercera, Cengage Learning Editores S.A., México, 2010.

CORDOVA PADILLA, Marcial; “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Ecoe Ediciones, 2da Edición, Bogota, 2011.

VACA URBINA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”, Programas Educativos S.A. DE C.V., 7ma edición, México, 2013.

POSSO Y. Miguel A.; “Proyectos, Tesis y Maco Lógico”, Noción Imprenta, 1ra edición, Quito- Ecuador, 2011.

PALACIOS ACERO, Luis Carlos; “estrategias de creación empresarial”, Eco Ediciones, 1ra edición, Bogotá, 2012.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes; “Contabilidad general”, décima edición, editorial Escobar impresores, Quito, 2011.

SARMIENTO R. Rubén, “Contabilidad General”, 10ma edición, editorial impreso en voluntad, Quito-Ecuador, 2008.

SARMIENTO R. Rubén, contabilidad de costos, segunda edición, editorial impresos andinos S.A. Quito- ecuador, 2010.

MESA OROZCO. Johnny de Jesús, “Evaluación financiera de proyectos”, segunda edición, editorial Linotipia Bolívar S. en C., Colombia - Bogotá, 2010.

TORRES TIRADO. Laura, Marketing, “Manual de Formación”, Primera Edición, Editorial MAD S.A., Colombia, 2011.

DAFT Richard I. y MARCIC Dorothy,” Introducción a la administración, Edición tercera, Cengage Learning Editores S.A., México, 2010.

VACA URBINA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”, Editorial Mc Graw Hill, 6ta edición, México, 2010.

LINCOGRAFÍA

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/imbabura.pdf

<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/materia-prima.aspx>

[http://www.ciencuadras.com/otras-noticias/117-iremodelar-renovar-o-restaurar-empezemos-con-una-definicion-clara-de-los-terminos remodelación](http://www.ciencuadras.com/otras-noticias/117-iremodelar-renovar-o-restaurar-empezemos-con-una-definicion-clara-de-los-terminos-remodelación)

<http://es.scribd.com/doc/39216477/Manual-Romerito> saque descripción del producto

<http://www.gypsum-cr.com/laminas.html>

<http://definicion.de/vivienda/>

<http://mapserver.inegi.org.mx/estandares/Index.cfm?Ligas=ficha.cfm&idf=269>

<http://www.tecnigypsum.com/es/productos/laminas/gypsum.php>

http://www.warcpanama.com/portal/index.php?option=com_content&id=27%3Aventajas&cantid=7%Aart&Itemid=35

<http://es.scribd.com/doc/111199870/Gypsum>

<http://artedisenointeriores.glogspot.com/2009/05/definicion-de-diseno-de-interiores-en.html>

<http://casa.univision.com/remodelacion/>

ANEXOS

Anexo N° 01



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

(Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas)

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS EN INSTALACIÓN DE GYPSUM

El objetivo: La presente entrevista es para determinar el diagnostico situacional del entorno y de esta manera conocer el nivel de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a lo que es acabados y diseños en GYPSUM.

Nombre: _____

Instrucción: _____

Ocupación: _____

Edad: _____

1.- De los materiales más usados para la instalación de GYPSUM, ¿Cuál es el más práctico, recomendable y porque?

2.- ¿Qué variedad existe en cuanto a la instalación de GYPSUM y cuáles son los diseños que más le solicitan?

3.- ¿Conoce quiénes son proveedores directos del material GYPSUM?

4.- ¿Conoce de otras empresas o personas que brinden actualmente servicios en GYPSUM en la ciudad Ibarra?

MUCHAS GRACIAS

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
(Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas)

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS DE CASA DE LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: La presente encuesta es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

Nombre: _____
Instrucción: _____
Ocupación: _____
Edad: _____
Seso F _____ M _____

1. ¿Tiene conocimientos sobre los acabados en GYPSUN?

2. ¿Conoce de empresas o personas que brinden servicios en GYPSUM en la ciudad de Ibarra?

3. ¿Le gustaría adquirir el servicio de GYPSUM para instalar en su vivienda en algún momento?

4. ¿De qué forma le gustaría obtener los servicios en GYPSUM?

5. Para adquirir un servicio de reconstrucción o remodelación en su vivienda ¿A qué medio acudiría usted?

5. ¿Qué tipo de material en GYPSUM utilizaría usted según su necesidad?

7. ¿A que le daría preferencia usted al realizar una remodelación o decoración en su vivienda?

8. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada una empresa que tenga este tipo de servicio?

9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio en GYPSUM?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
(Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas)

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS

Objetivo: La presente entrevista es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

Nombre: _____
Instrucción: _____
Ocupación: _____
Edad: _____
Seso F _____ M _____

1. ¿De qué forma usted contacta personal capacitado para desarrollar este trabajo?

2. ¿Cuáles son las herramientas e insumos que se utiliza para realizar el trabajo en GYPSUM?

3. ¿Cómo se logra obtener los conocimientos, capacitaciones y experiencia necesaria para desarrollar este tipo de trabajo en GYPSUM?

4. ¿En base a que parámetros usted determina los precios de su trabajo finalizado?

5. ¿Qué variedad existe en cuanto a diseños de acabados en GYPSUM y cuáles son los diseños que más le solicitan?

MUCHAS GRACIA

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
(Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas)

ENTREVISTA DIRIGIDA A NEGOCIOS COMERCIALES

Objetivo: La presente entrevista es para realizar el estudio de mercado el cual nos permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a diseño y construcción de interiores en GYPSUM.

Nombre: _____

Instrucción: _____

Ocupación: _____

Edad: _____

Sexo F _____ M _____

1. ¿Qué variedad ofrece en su local en cuanto a planchas de GYPSUM?

2. ¿Cuál es el promedio de ventas en servicio de instalación de GYPSUM por área?

3. ¿Cuál fue el incremento en servicios que tuvo entre el año 2011-2012?





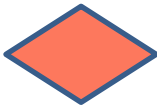

4. ¿Qué clase y cuál es el porcentaje de la totalidad de los servicios que usted presta, en cuanto a la instalación en GYSUM?

MUCHAS GRACIAS

ANEXO 5

SIMBOLOGIAS PARA LA ELABORACION DE LOS DIAGRAMAS DE PROCESOS

Para el desarrollo rápido y eficiente de la estructura del proceso de producción, se utiliza una simbología aceptada para representar las operaciones, así tenemos:

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
Inicio o fin del proceso	
Proceso	
Conector	
Proceso predefinido	
Decisión	
Proceso alternativo	
Verificación del proceso	